revista del
consumidor

UNA PUBLICACION DEL INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR SEPTIEMBRE DE 1978 DIEZ PESOS

No. 19

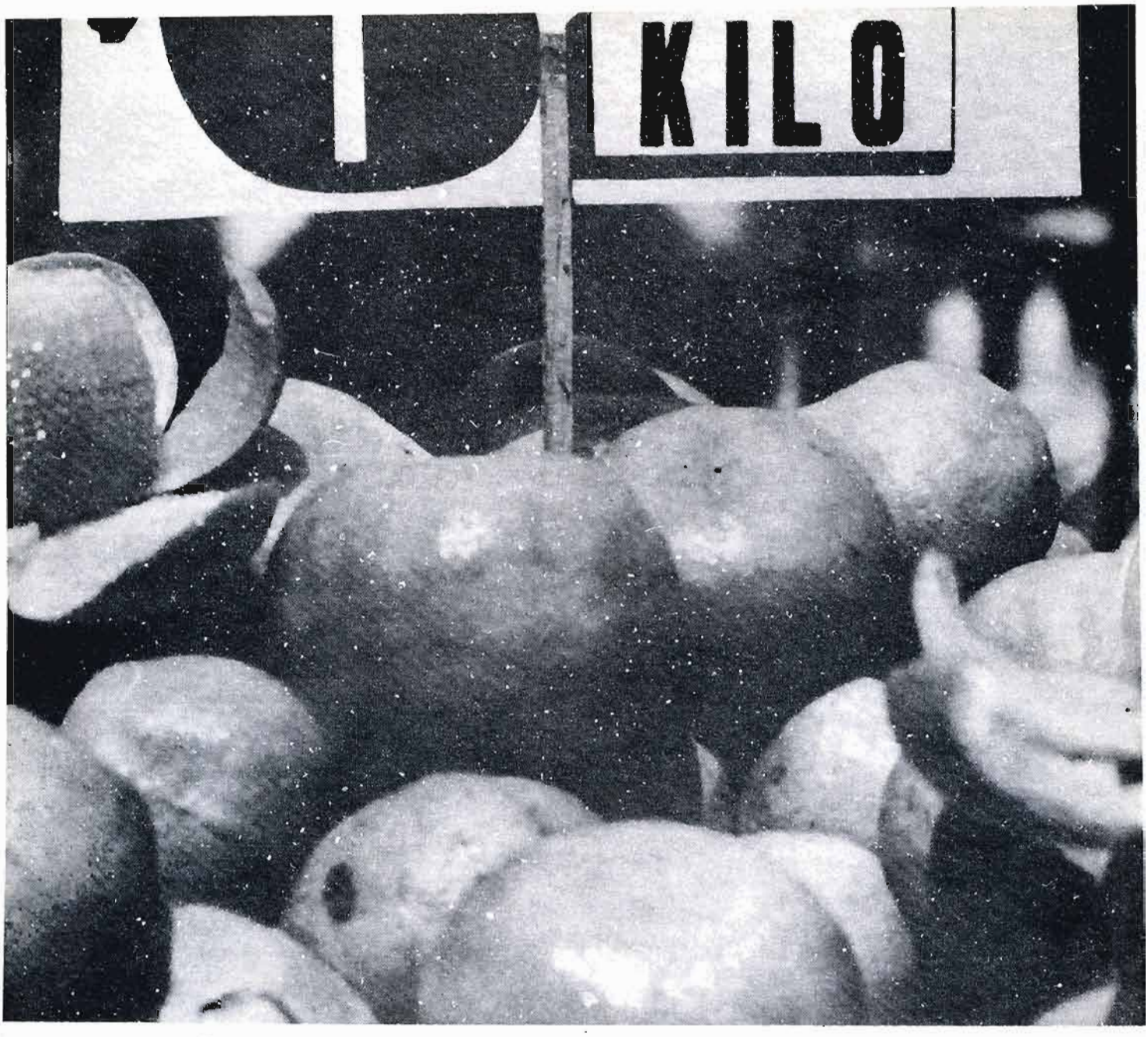
Pastas dentales: cepillarse, pero ¿con cuál?

S.E.P.: contra el consumismo infantil

Cómo comprar carne

Acupuntura: no es cuento chino

Cine: ¿quién piensa en los niños?



Saber comprar es buscar donde vendan más barato

Proteja su Salario
Aprenda a Comprar y Vivirá Mejor !

CONGRESO DEL TRABAJO

PROGRAMA NACIONAL DE PROTECCION AL SALARIO

DISEÑO CONAMPROS

EDITORIAL

Cierto tipo de publicidad **desinforma** en lugar de informar y orientar al público consumidor. Esto no es ninguna novedad, y en este número usted tiene ocasión de volver a comprobarlo, con un tema tan importante como el del cuidado de los dientes.

Porque de eso trata, precisamente, nuestro estudio comparativo de pastas dentales. Frente a la confusión de presentaciones, a la abundancia de marcas y el contenido equívoco de los anuncios publicitarios, la intención de la **Revista del Consumidor** es —una vez más— guiarlo en este laberinto hasta arribar a una acertada decisión de compra.

Más aún, si —como en este caso— lo que está en juego es la salud. Por eso, además de las pastas dentales, nos ocupamos de los cepillos, del papel que juega el profesional odontólogo y de la técnica correcta para un cepillado eficaz.

Se trata, de algún modo, de "educarse" para la salud. Y esta preocupación también está presente en otros artículos de este número. Por ejemplo, en la entrevista con el doctor Eduardo Cesarman, acerca de las relaciones entre educación, salud y consumo. O en el artículo que trata los riesgos del abuso de golosinas por parte de los escolares.

Al mismo tiempo, usted también podrá encontrar respuestas al **cómo** comprar carnes, el **dónde** practicar deportes gratuitamente, o el **qué** significa esa milenaria disciplina médica llamada acupuntura.

Y esto no es todo. Esperamos que el resto también le resulte interesante y, sobre todo, útil.

La REVISTA DEL CONSUMIDOR se publica mensualmente como el órgano oficial de difusión del INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR, Insurgentes Sur No. 1871. México 20, D.F. Tel: 550-47-55, y está totalmente impresa en papeles nacionales por TALLERES ROTOGRAFICOS ZARAGOZA, S.A. en calle 3 No. 4 Naucalpan de Juárez, Edo. de México Tel: 576-29-00 con 5 líneas, Tipografías por Multiservicios Publicitarios, Ave. Universidad No. 1499 México 21, D.F. Tels: 524-96-12 y 524-09-20. Distribuida por la Unión de Voceadores de México y Distribuidora Intermex, S.A. Afiliada a la Cámara Nacional de la Industria Editorial. **Se reservan todos los derechos conforme a la Unión Internacional del Derecho de Autor. No se autorizará el uso de ninguno de los materiales que aparecen en esta publicación para fines publicitarios o comerciales. El contenido de los artículos firmados es responsabilidad directa del autor y no necesariamente refleja ni la filosofía ni el criterio editorial de la revista. No se devuelven originales.** **Certificado de Licitud de la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas ilustradas, dependiente de la Secretaría de Educación Pública, según oficio No. 504-1081, del 19 de octubre de 1976. Registrada como correspondencia de segunda clase por la Dirección General de Correos mediante oficio No. 6339, expediente No. 091.70-1423, de fecha 19 de noviembre de 1976.**

DIRECTORIO

CONSEJO EDITORIAL
PRESIDENTE
DIRECTOR GENERAL DEL INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR
Lic. Adolfo Lugo Verduzco
VOCALES
SUBDIRECTOR DE ORIENTACION Y DIFUSION DEL INCO
Lic. Arturo Villanueva W.
SUBDIRECTOR TECNICO DEL INCO
Lic. Guillermo Wilkins Ch.
SUBDIRECTOR ADMINISTRATIVO DEL INCO
Lic. José Luis Turueño R.
COORDINADOR DE ORIENTACION Y DIFUSION DEL INCO
Lic. Sergio Valdez P.
JEFE DE PRENSA Y RELACIONES PUBLICAS DEL INCO
Dr. Alfredo Nolasco C.

DIRECTOR
Lic. Sergio Valdez P.
EDITOR
Lic. Valentín D. Ferrat
JEFE DE REDACCION
Norma Sinay
REDACCION
Raúl Carbonell
Sergio Padilla
Sergio Jácome
PRODUCCION
Alexandra Anchondo G.
CORRECTOR DE ESTILO
Francisco Javier Jiménez Brito
JEFE DE ARTE Y DISEÑO
Francisco Estebanez
ILUSTRACION Y MAQUETEO
Augusto Apón
Ricardo Baeza
JEFE DE DIFUSION
Lic. Víctor Manuel González R.
CIRCULACION
Rubén de la Mora
COORDINADOR DEL DEPARTAMENTO TECNICO DEL INCO
Carlos Cárdenas
FOTOGRAFIA
Citlali Rovirosa Madrazo

Precios	República Mexicana	Extranjero
Ejemplar suelto	$ 10.00 M.N.	U.S. $ 0.60
Suscripción anual (12 números)	$ 100.00 M.N.	U.S. $ 6.00
Ejemplar atrasado	$ 15.00 M.N.	U.S. $ 0.90

INDICE

Editorial	1
Indice	2
Sumario	3
Pastas dentales: cepillarse, pero ¿con cuál?	4
El odontólogo, una ayuda valiosa	10
¡Qué dientes tan blancos tienes!	12
Aprenda a cepillarse los dientes	14
Se antojan pero no nutren	17
Acupuntura: no es cuento chino	20
Foto-denuncia	23
Todavía puede arrepentirse	25
Al alcance de todos	26
¿Por qué no leen los adolescentes?	30
Consummatum est	32
Educación, salud y consumo	34
Nada se salva	36
Cómo comprar carne	38
¿Quién piensa en los niños?	41
Morelos	44
El consumidor en el mundo	46
La correspondencia	48

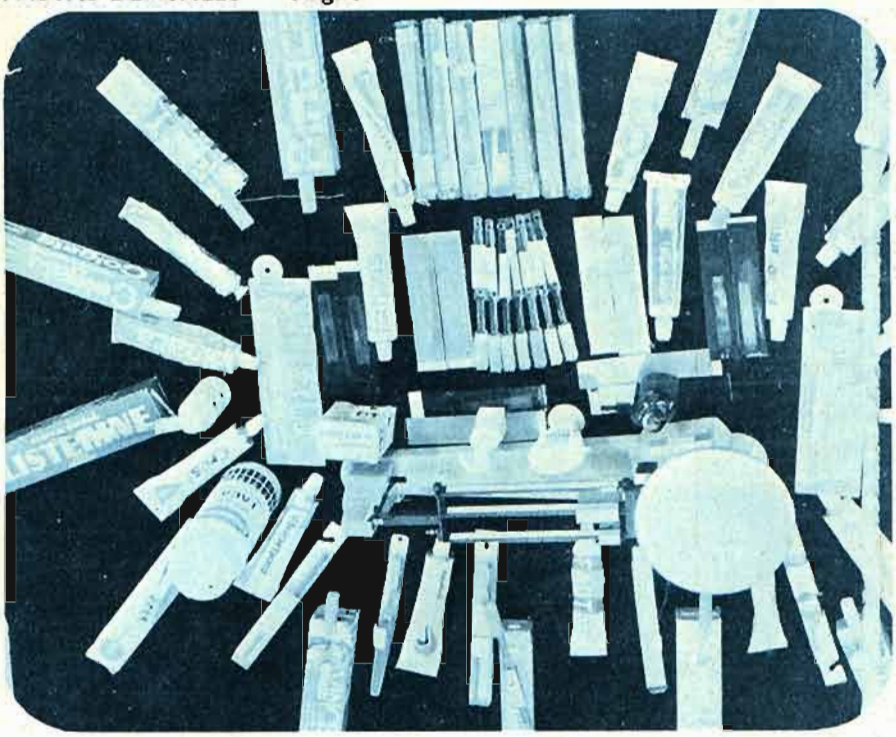
LA REVISTA DEL CONSUMIDOR tiene como objetivo esencial proporcionar a los consumidores información, orientación y consejo acerca de bienes y servicios, así como ofrecerles recomendaciones y sugerencias en todo lo tocante al manejo racional del presupuesto familiar y la preservación de la dignidad humana. Ni la revista ni el Instituto Nacional del Consumidor aceptarán muestras de productos ni se comprometerán de manera alguna con ningún tipo de intereses comerciales. Los estudios comparativos de la REVISTA DEL CONSUMIDOR llevarán el propósito único de informar y orientar a sus lectores, y no podrán ser utilizados para ningún fin publicitario o comercial. La violación de esta prohibición expresa ameritará denuncia ante las autoridades correspondientes. Los productos que se utilizan para la elaboración de los estudios comparativos se adquieren en el mercado libre. Precisamente bajo las condiciones en las que los compran normalmente los consumidores, y se sujetan a pruebas exhaustivas de laboratorio y al juicio de expertos en el producto objeto de la investigación.

Correspondencia y suscripciones: Diríjase a la REVISTA DEL CONSUMIDOR, Insurgentes Sur No. 1871, México 20, D.F.

El Instituto Nacional del Consumidor autoriza la reproducción total o parcial de los textos incluidos en esta revista, siempre que se indique su procedencia.

SUMARIO

PASTAS DENTALES Pág. 4



Sin un correcto cepillado, cualquier dentífrico es "pura espuma". Entérese de esto, y de todo lo necesario para su salud bucal.

COMO COMPRAR CARNE Pág. 41

Descubra los secretos de la carne fresca... y los peligros de la carne contaminada.

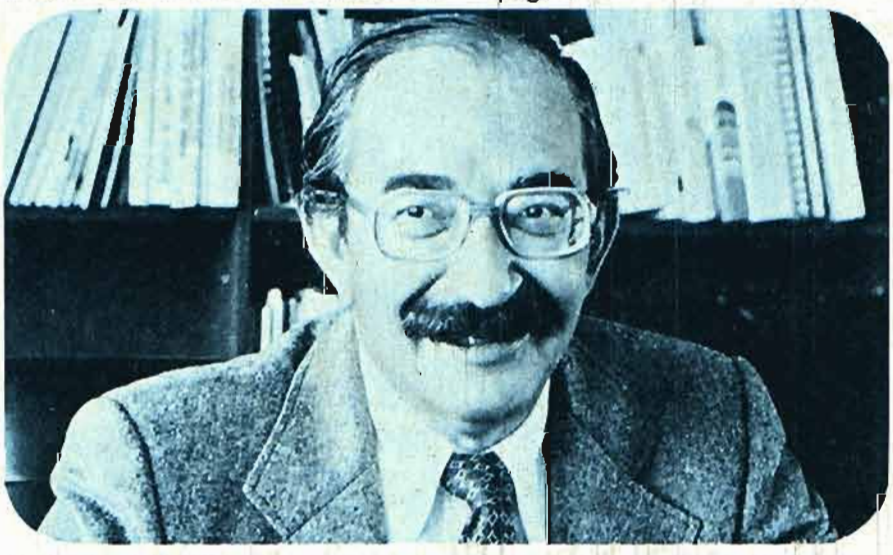
CINE INFANTIL Pág. 38

En una época en que la televisión se ha adueñado del público infantil, ¿quién se acuerda del cine para niños?

ACUPUNTURA Pág. 20

Hay quienes atribuyen grandes poderes curativos a la acupuntura, pero ¿es realmente efectiva esta terapia oriental?

EDUCACION, SALUD Y CONSUMO Pág. 34

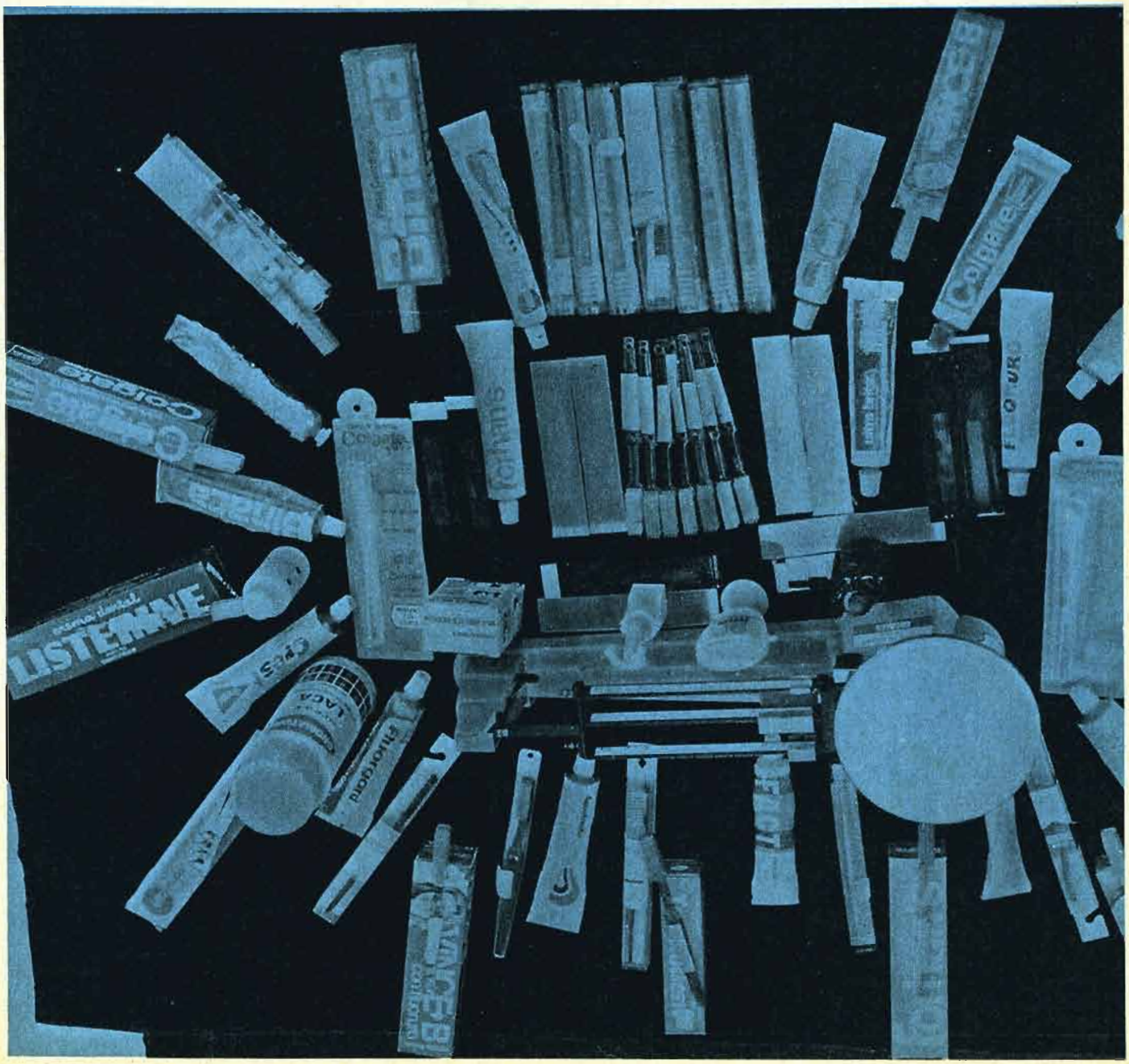


El doctor Eduardo Cesarman, titular de la Dirección General de Higiene Escolar, explica cómo los educadores se oponen al consumismo infantil.

PASTAS DENTALES

ESTUDIO COMPARATIVO

Pastas dentales: cepillarse, pero ¿con cuál?



Los dentífricos y los tratamientos para enfermedades de la boca son asuntos viejos. En Asia, hace unos 2,500 años, los médicos ya se preocupaban por la limpieza de los dientes. En México mismo, en el siglo XVI, el códice del médico indígena Martín de la Cruz recomendaba: **"Los dientes sucios deberán frotarse con mucho cuidado. Cuando se haya limpiado la suciedad, deben restregarse con un lienzo blanco y con una mezcla de ceniza blanca y miel blanca, para que dure su bella blancura y nitidez."**

Como se sabe, una dentadura en mal estado origina molestias y gastos, puede dañar otras partes del cuerpo, trastornar la digestión —ya que impide una masticación adecuada y, en consecuencia, hace que el estómago trabaje más—, alterar la articulación de las palabras y llegar, incluso, a afectar la conducta en algunas personas.

No extraña entonces que, a nivel mundial, se considere que las frecuentes enfermedades de la boca constituyen un tema importante entre los problemas de salud pública. Y México, desde luego, no es la excepción.

Según numerosos estudios, el 98% de la población del país tiene o ha tenido caries dental, que es el padecimiento más común entre los males que comentamos. Sin embargo, este dato, de por sí elevado, no refleja verdaderamente la gravedad de la situación. Para conocerla, resulta mejor referirse a un índice epidemiológico que los entendidos en la materia han denominado C.P.O.

Tal índice resulta de considerar el número total de dientes permanentemente cariados (C), perdidos (P), y obturados (O). De esta forma, una persona que tuviera una dentadura completamente sana; es decir, que nunca hubiera sufrido mal alguno en sus piezas dentales, tendría un índice C.P.O. igual a cero. Desgraciadamente, casi nadie puede presumir de ello. Por el contrario, según datos proporcionados por expertos, muchos de los niños mexicanos de 12 años de edad tienen un C.P.O. estimado en 9, lo que implica que casi el 30% de sus dientes han sufrido de caries o de alguna otra enfermedad.

Acerca de esto hay que mencionar que, después de la caries, los padecimientos más frecuentes son: las periodontopatías (enfermedades de las encías), las maloclusiones (posición irregular de los dientes), el cáncer oral y el labio leporino. También podrían citarse, entre otras, las fracturas por traumatismos, y los estigmas por enfermedades venéreas y fluorosis.

¿Qué hacer ante todo esto? La respuesta es la educación para la salud, básicamente a través de recomendaciones sobre dietas adecuadas y sobre la enseñanza de la fórmula correcta de asear los dientes. Igualmente, es preciso acudir con regularidad al odontólogo, ya que él puede prevenir problemas serios.

Conscientes de que la causa más relevante de las enfermedades bucales es la falta de aseo o la forma inadecuada de limpiar los dientes, los investigadores del Instituto Nacional del Consumidor (INCO) realizaron un estudio al respecto, que, lógicamente, incluye los instrumentos más comúnmente utilizados en el aseo de los dientes: la pasta dental y el cepillo de dientes.

Supuestamente, siete tipos distintos de cepillos de una sola marca. Pero ¿por qué no se le aclara al consumidor la diferencia entre un cepillo "firme" y uno "duro" (si es que existe)? ¿Y qué significa el tipo "profile"? Preguntas sin respuesta... y la confusión rige

Las pastas dentales

Entre las preparaciones destinadas a la limpieza de los dientes, la pasta es, con mucho, el producto más socorrido por los consumidores. Sin embargo, y contra lo que generalmente se cree, éste producto es sólo un auxiliar del cepillado. Dicho en otras palabras: lo importante es el correcto y frecuente cepillado de los dientes y no la marca del dentífrico utilizado en esta operación.

Los principales ingredientes de las pastas dentales son:

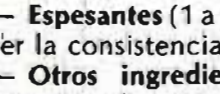
— **Abrasivos** (20 a 50% del total). Su función es la de proporcionar máxima limpieza con un mínimo de marcas o rayas sobre la superficie de los dientes. Es decir, sirve para ayudar a quitar la placa bacteriana y los restos de comida. No obstante, el utilizar cotidianamente un dentífrico demasiado abrasivo puede resultar más perjudicial que saludable, ya que contribuye al desgaste del esmalte de los dientes.

— **Humectantes** (5 a 30% del total). Previenen que la pasta se seque, y tambien proporcionan cierto grado de plasticidad.

— **Agua** (20 a 30% del total). Sin ella, la pasta sería demasiado espesa para utilizarse normalmente.

PASTAS DENTALES

CUADRO COMPARATIVO DE

	Marca Tamaño familiar o aproximado	Ingrediente activo	Peso neto declarado	Peso promedio útil
	Aqua fresh	Monofluorofosfato de sodio (MFP)	108.00	99.68
	Binaca	Bradosol y fluoruro de sodio	95.00	85.65
	Colgate	"Preven" N-lauroil sarcosinato de sodio	122.00	111.91
	Conasupo	No indica	100.00	91.41
	Crest	Fluoristan (Fluoruro de Estaño)	122.00	112.03
	Fluorgard	MFP	122.00	111.85
	Forhan's amarilla	No indica	125.00	110.28
	Forhan's blanca	No indica	125.00	112.63
	Freska-ra	No indica	106.30	100.50
	Ipana fluoruro	No indica	102.00	96.50
	Kaodén	No indica	120.00	110.77
	Listerine	No indica	120.00	114.83
	Sensodyne	Cloruro de estroncio	120.00	105.02
	Tami	No indica	125.00	114.75
	Termodent	No indica	60.00	54.80
	Ultra brite	No indica	122.00	111.50
	Vince-B fluoruro	No indica	110.00	101.90
	Vince-B suave menta	No indica	120.00	108.18
	Vince-B suave menta fluoruro	No indica	165.00	161.35

— **Detergentes** (1 a 3% del total). Se emplean por su función limpiadora.

— **Espesantes** (1 a 5%). Se usan para mejorar y mantener la consistencia de la pasta .

— **Otros ingredientes: Saborizantes** (aceites de menta, eucalipto, etc.). **Edulcorantes** (sacarina). **Preservativos, aromatizantes y agentes colorantes.**

— Algunas pastas dentales contienen también **fluoruro,** sobre el cual existen estudios que evidencian su utilidad para ayudar a reducir la caries.

— Unas cuantas más contienen **substancias desensibilizantes.**

Presentaciones y marcas

Los investigadores encontraron en el mercado 23 marcas (22 de pastas dentales y una de un producto similar: "lustra dientes"). De ese total se eliminaron dos marcas (Ammi-dent e Ipso-fact), puesto que casi no se encuentran a la venta.

Las restantes fueron divididas en tres clases según sus características:

a) **Convencionales:** Colgate, Conasupo, Fact, Forhans (amarilla y blanca) Freska-ra, Kaodén, Listerine, Tami, Ultra-Brite, Vince-B (sin menta) y Nacar Blanco (lustra dientes).

b) **Fluoradas:** Aqua Fresh, Binaca, Crest, fluorgard, Ipana Fluoruro y Vince-B F (con y sin menta).

c)**Desensibilizantes:** Sensodyne y Termodent.

En cuanto a las presentaciones cabe destacar que, como en muchos otros productos que el INCO ha estudiado, existe un verdadero caos. Originalmente se encuentran marcas que se venden en cinco tamaños diferentes, pero que contienen más o menos gramos que otras de tamaño supuestamente similar. Así, por ejemplo, en el tamaño "super", Tami se ofrece con 250 gramos y las otras con 230. En el "económico", se encuentran de 152 a 180 gramos. En el "familiar", de 95 a 125. En el "gigante", de 58 a 83. Y en el "grande", de 30 a 40 gramos.

PASTAS DENTALES

Precio promedio	Precio por gramo	Abrasividad relativa	Orificio de salida
14.28	0.132	Mediano	Mediano
13.60	0.143	Grueso	Mediano
11.64	0.095	Extra grueso	Grande
4.90	0.049	Extra grueso	Chico
12.76	0.105	Mediano	Mediano
13.39	0.110	Grueso	Grande
12.90	0.103	Mediano	Mediano
12.90	0.103	Suave	Mediano
14.55	0.137	Suave	Grande
11.23	0.110	Grueso	Mediano
7.80	0.065	Suave	Grande
14.08	0.117	Grueso	Mediano
32.90	0.274	Extra grueso	Mediano
11.96	0.096	Mediano	Grande
11.93	0.182	Grueso	Chico
14.47	0.119	Mediano	Grande
12.83	0.117	Extra grueso	Mediano
13.08	0.109	Mediano	Mediano
16.89	0.102	Extra grueso	Mediano

Esto, sumado a la información insuficiente dispuesta en envases y envolturas, genera desorientación en el consumidor, a quien le resulta casi imposible escoger la marca y presentación de su conveniencia.

Respecto de los precios, hay que señalar que los más bajos se encuentran en farmacias grandes (excepto en las de "Sanborns" y "El Relox"). En seguida, se encuentran los autoservicios, las farmacias pequeñas y, por último, los mercados.

Por marca, la más cara es Binaca. (Sensodyne es de mayor precio pero no se considera aquí porque, junto con Termodent, suele usarse por recomendación expresa del odontólogo). En seguida, está la pasta de dientes Listerine y Aqua fresh. La más barata es la Conasupo.

En cuanto al precio por cada gramo de pasta comprado, el estudio señala que, en tamaño "super" la más barata es la Tami, y la más cara Freska-ra. En tamaño "económico", Forhans (en sus dos presentaciones) y Tami, nuevamente, son las más baratas.

LAS BONDADES DEL FLUORURO

Desde 1930 son conocidas las ventajas de los fluoruros. Se descubrió que en ciertas regiones, donde el agua contenía este elemento, era menor la presencia de caries.

El flúor, que es un gas amarillo con fuerte olor irritante, es el décimo tercer elemento más abundante en la naturaleza y hasta ahora se ha usado en la metalurgia, insecticidas, textiles, lubricantes, etc.

Pero para la salud también tiene una importante aplicación, ya que si se ingiere desde la infancia protege los dientes contra la caries y, contrariamente a lo que algunos piensan, no provoca trastornos en el organismo.

La ingestión del flúor se hace por medio del agua y los alimentos, siendo el té y las vísceras de res (como el riñón y el hígado), los alimentos con mayor cantidad de este elemento (97.0, 10.1 y 5.8 partes por millón respectivamente). Las frutas son los alimentos que menor cantidad de flúor contienen (menos de una parte por millón).

Pero el mejor procedimiento para asegurar un consumo adecuado de este elemento es mediante la fluoruración del agua potable, según nos dice el odontólogo Eduardo Ortega Zárate, ex-presidente de la Asociación Dental Mexicana. **"Solamente que los resultados se verían hasta después de mucho tiempo, cuando los niños que nazcan hoy tengan 10 ó 12 años".**

En algunas regiones de México ya se han hecho trabajos al respecto, como en Monterrey, donde la incidencia de caries ha disminuido un 23 por ciento en niños de 7 a 12 años; y en Los Mochis, Sinaloa, con una reducción del 30 por ciento en 1970 y 50 por ciento en 1978, con relación a 1963, año en que se iniciaron estos trabajos.

También se habla de fluorurar la sal, la harina y la leche, pero los especialistas consideran que es más conveniente hacerlo con el agua, ya que, además de ser mejor vehículo, su uso está, obviamente, más generalizado.

Otras recomendaciones que señalan los profesionales son el uso de suplementos de fluoruro (como pastillas Fluoravit, Viofort-F, etc.) y la aplicación local de fluoruros que tienen costos de unos 300 a 600 pesos aproximadamente. Pero en ambos casos es necesario consultar con el odontólogo.

Aunque todavía no se conoce con exactitud cómo funciona el fluoruro, sí se sabe que al entrar en contacto con los elementos que componen el esmalte, forma un nuevo compuesto que es más resistente a los ataques de los ácidos y bacterias que provocan la caries.

ASI SE HIZO LA INVESTIGACION

De acuerdo a las normas de calidad existentes, se diseñaron tres pruebas para determinar la abrasividad relativa de las pastas. También se hicieron pruebas de acidez o alcalinidad (ph), y se realizaron determinaciones microbiológicas.

CUANTOS GRAMOS DE PASTA DENTAL PODEMOS COMPRAR CON UN PESO ($ 1.00)

Marca	Tamaños			
	Super	Económico	Familiar	Gigante
Aqua fresh		8.04	7.56	8.28
Binaca			6.99	5.36
Colgate	9.97	10.21	10.48	9.26
Conasupo			20.41	
Crest		10.69	9.56	9.10
Fluorgard MFP	10.52	9.59	9.11	8.45
Forhan's amarilla		10.62	9.69	
Forhan's blanca		10.62	9.69	
Freska-ra	9.01	8.88	7.31	6.85
Ipana fluoruro			9.10	
Kaodén		17.22	15.38	13.45
Listerine			8.52	8.16
Sensodyne			3.65	2.88
Tami	10.89	10.65	10.45	8.82
Termodent				5.03
Ultra Brite	9.47	9.12	8.43	7.85
Vince-B fluoruro		9.63	8.57	7.31
Vince-B suave menta		10.29	9.17	11.11
Vince-B suave menta Fluoruro		9.77	8.32	7.82
Nácar blanco (lustrador)				3.95

Aqua Fresh es la de precio más elevado. En presentación "familiar", Conasupo cuesta la mitad de casi todas las demás marcas. En tamaño "gigante", Nácar Blanco y Kaodén son los de menor precio. Sensodyne y Binaca los más caros.

Hábitos de consumo

Los investigadores realizaron una encuesta entre diversos consumidores, para averiguar cuáles son sus hábitos de consumo y compra de pastas dentales. Estos-son, a grandes rasgos, los resultados obtenidos.

- El 98.7% de los entrevistados expresó que para lavarse los dientes es indispensable utilizar un dentífrico. El 71.4% de este total confesó usar el cepillo, por razones de higiene; el 20.7%, señaló que lo hacía para evitar las caries; el 10% restante lo utiliza porque evita el mal olor.

- Casi el 70% de la muestra declaró que acostumbraba lavarse los dientes tres veces al día, por lo que se puede inferir que, aun cuando no lo hagan así, piensan que deben lavarse después de cada comida.

- Se pudo conocer, también, que el 65% solicita los servicios de un odontólogo sólo cuando tiene una molestia. En cambio, sólo un 15% manifestó que acudía al dentista cada seis meses.

- Sólo el 11% de los encuestados ha recibido.la recomendación de su dentista respecto del dentífrico que debe utilizar. Sin embargo, casi la mitad de ellos ha recibido indicaciones acerca de cómo lavarse los dientes.

- Al requerirles información a los consumidores acerca de las pastas dentales de su preferencia, se pudo detectar que la crema dental Colgate es la que ocupa el primer lugar (54.4%); enseguida se encuentran: Crest (32.3%), Vince-B (21.2%), Freska-ra (14.1%), Ultra-Brite (9.1%), y Conasupo (6.6%).

- En cuanto a los motivos de compra, el 84.8% manifestó que elegía la marca principalmente por el sabor. El 23.7% expresó tomar también en cuenta el precio y, sólo un 7.1% aceptó que la publicidad influye en su decisión.

Cepillos dentales

Los investigadores encontraron 12 marcas diferentes, contando cada una, como es de suponer, con varios tipos de cepillos. Desde luego, no todos proporcionan los mismos resultados. Algunos pueden, incluso, provocar deterioro en los tejidos dentales o propiciar un descenso en el nivel normal de las encías, si son mal utilizados.

De acuerdo con las normas establecidas, los cepillos pueden clasificarse en los siguientes subtipos: duro, mediano, suave y mixto. No obstante, algunas marcas los presentan como: firmes, extra-firmes y de luxe, o sencillamente no indican nada al respecto.

Las marcas señalan, también, que los haces deben ser rectos; lo cual, obviamente, no es tomado en cuenta por todos los fabricantes.

Según la Asociación Dental Mexicana (ADM), un cepillo dental aceptable es el que posee las siguientes cualidades:

a)**Dimensión del cepillo**

- largo total: 16.5 cm.
- largo de mango: 13 cm.
- largo de la cabeza: 3.5 cm.
- ancho del mango: 1.6 cm.
- ancho de la cabeza: 1.2 cm.
- reducción unión mango-cabeza: 0.6 cm.

b)**Redondeado y pulido de plástico en mango y cabeza.**

c)**Cerdas:**

- largo: 11 mm.
- número de cerdas por paquete: 30 aproximadamente.
- número de paquetes en cada fila: largo, 11 filas; ancho, 4 filas.

d)**Puntas redondeadas y pulidas en ambos sentidos.**

De acuerdo a lo anterior, el estudio señala como adecuados los siguientes cepillos: **Teck de luxe, Jordan de doble acción, Oral B-60, Pro Profile Double Duty, Dr. West classic y Lactona.**

Por último, la investigación indica que se debe cambiar el cepillo en cuanto éste muestre signos de deterioro (a los dos meses de uso aproximadamente si se utiliza tres veces al día).

Hilo dental

El hilo dental es un complemento esencial para la higiene bucal. El hilo desorganiza las bacterias que se encuentran en los sitios a los que no pueden llegar las cerdas del cepillo. Es decir, a los espacios entre los dientes, y los puntos de contacto entre dientes y encías.

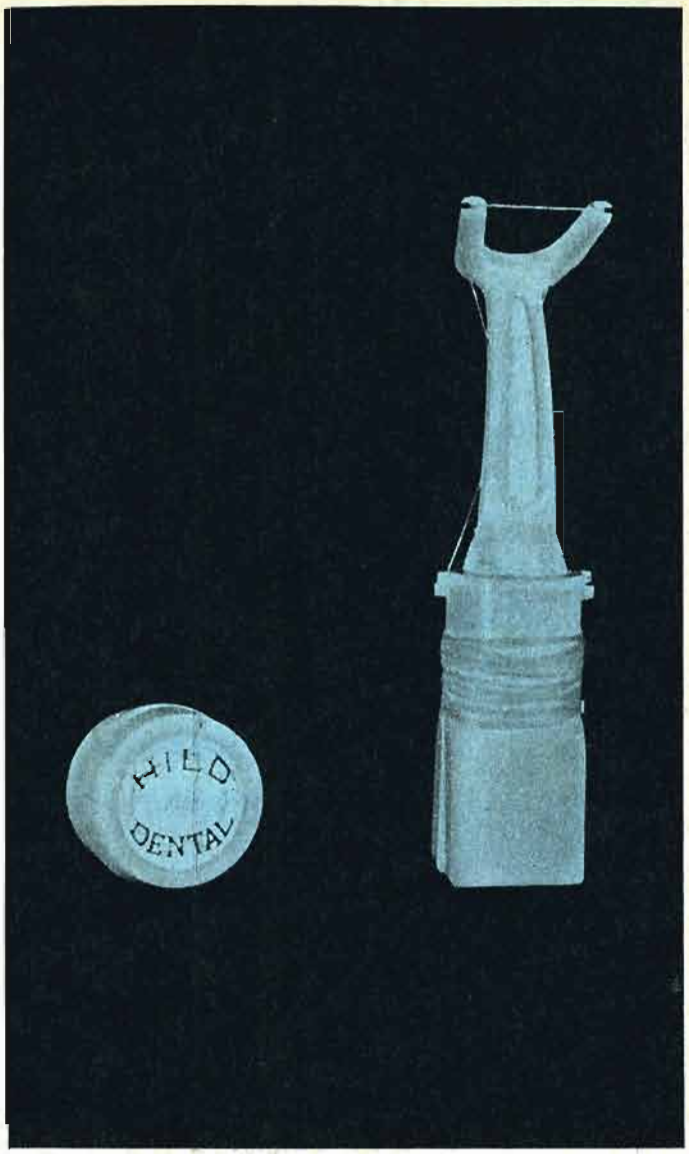
El empleo del hilo dental es delicado, por lo que el estudio sugiere que para su utilización se pida la instrucción previa del odontólogo. En cuanto a su frecuencia de uso, los expertos recomiendan utilizarlo una vez al día, de preferencia antes de dormir.

En el mercado, existen dos marcas de hilo dental: Flosspan (importado) y Orlit (nacional). El primero cuesta 98 pesos y tiene una longitud de 31.65 metros. El segundo, aparentemente más barato, cuesta 75 pesos, pero mide sólo 22.08 metros. En consecuencia, el metro de Flosspan resulta 40 centavos más barato.

Azúcar y caries

Investigaciones realizadas en otros países han puesto de manifiesto la relación directa que existe entre el azúcar y la caries. En Etiopía (1958), se detectó ausencia de caries en un 90% de los niños de entre cinco y nueve años de edad. Ello, en vista de que la dieta de los etíopes es baja en azúcares. Por el contrario, los esquimales —que llegaron a ser famosos por sus dientes libres de caries— son ahora prueba viviente de los efectos destructivos del azúcar.

En México, el consumo directo e indirecto de azúcar por persona es de 100 gramos por día, a pesar de que los nutriólogos recomiendan que la cantidad sólo sea de 25 gramos. Es necesario, entonces, disminuir tan elevada ingestión para mejorar la salud dental.



Hilo dental: conviene descubrir sus ventajas

UNA PROMESA: LA PASTA DENTAL "F.O."

Recientemente, la Facultad de Odontología de la UNAM logró desarrollar un dentífrico en pasta que satisface todos los requisitos técnicos que el producto requiere.

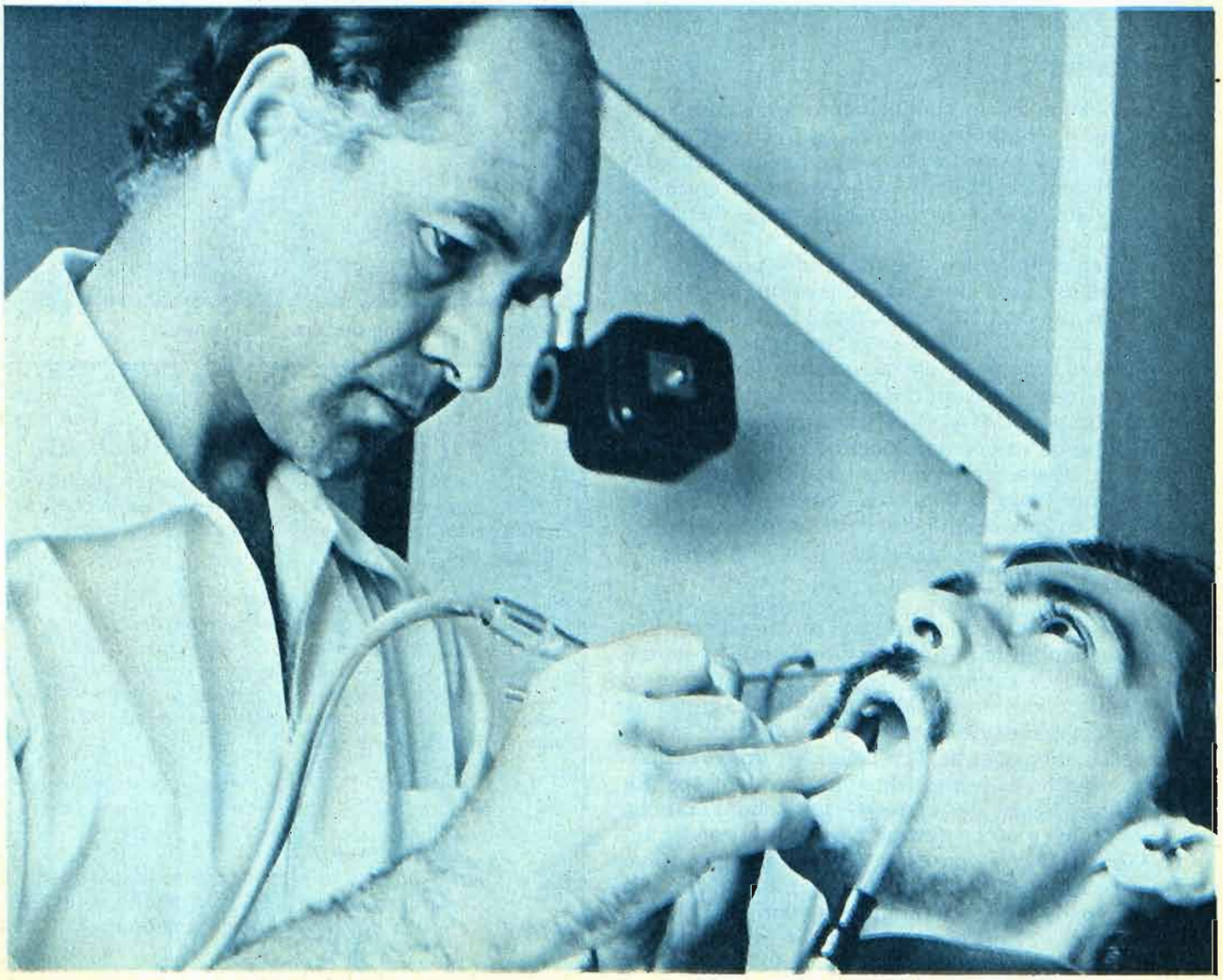
Denominada hasta ahora como "F.O." (Facultad de Odontología), la pasta está formulada de tal manera que contiene fluoruro en un vehículo adecuado, no contiene azúcares (como se sabe pueden producir caries), posee color y sabor atractivos, su abrasividad es suave, **y podría estar disponible a un precio más bajo que las pastas comerciales.**

La pasta dental "F.O." fue sometida a las pruebas técnicas comentadas en el presente estudio, con resultados de primera línea.

No quedan dudas, entonces, de que sería sumamente útil que Conasupo o el Sector Salud se interesaran en esta pasta y la volvieran accesible a los consumidores.

El odontólogo: una ayuda valiosa

En gran medida la salud dental de una persona depende de su dieta y de sus hábitos higiénicos, así como del estado general de su organismo; no obstante, en todos los casos resulta fundamental el papel de una figura que la mitología popular parece haber relegado a la galería del terror: el dentista. En efecto, la salud dental plantea la necesidad de consultar periódicamente al dentista, sin esperar la aparición de dolor o de cualquier otro síntoma. Porque también en odontología, "más vale prevenir que curar", un sistema que, inclusive, permite desterrar la falsa asociación dentista: dolor.



En la perspectiva de contribuir al mejor enclarecimiento sobre el papel del odontólogo, la REVISTA DEL CONSUMIDOR realizó una serie de entrevistas con destacados profesionales acerca de interrogantes comunes entre el público consumidor.

R.C. ¿Qué actitud adopta el dentista frente al paciente?

CD. Joaquín Sánchez y Castillo: Una cuestión fundamental es no tratarlo como a un número, un expediente o una ficha clínica; el odontólogo, como trabajador de la salud, debe preocuparse por respetar al máximo los patrones culturales de las personas que requieren asistencia, y adaptar a cada paciente, a sus características peculiares, la aplicación del progreso técnico y científico.

Por otro lado, el odontólogo tiene el compromiso profesional con el paciente, de desarrollar su propia formación, incrementar su preparación y propiciar la actualización de sus conocimientos asistiendo a conferencias, seminarios, etc., y examinando bibliografía adecuada.

R.C. ¿A qué se debe el temido mal aliento?

DR. Enrique Prado Rojas: El aliento fétido o halitosis, problema que dificulta la vida social, profesional y familiar de quien lo padece, puede ser de origen bucal o extrabucal. La existencia de caries o una higiene deficiente permiten que en los dientes o a su alrededor permanezcan restos alimenticios que faciliten la acción de microorganismos que, además de otros padecimientos en las encías y en las piezas dentarias, provocan la halitosis. En cuanto a las causas extrabucales, las más comunes responden a problemas del aparato digestivo. Porque, en realidad, un odontólogo puede encontrar en la boca de un paciente mucho más que un diente cariado; es frecuente verificar allí el reflejo de padecimientos no odontológicos, desde sarampión hasta gastritis, por ejemplo.

R.C. ¿Cómo está organizada la odontología en cuanto a las disciplinas que integra?

Dra. Reina Ma. Ruiz de Allende: El acelerado avance de la odontología en las últimas décadas ha hecho que sea imposible que un solo individuo pueda dominar en toda su extensión las técnicas de diagnósticos y tratamiento de toda la profesión. Para dar simplemente una idea, mencionaré algunas especialidades existentes hoy en día: cirugía máxilo-facial, odontopediatría (destinada a los niños), ortodoncia (corrección de la posición de los órganos dentarios), endodoncia (canales radiculares), prostodoncia (reposición de las piezas por aparatos), gnatología (articulación interdentaria), etc. Pero, en última instancia, lo más importante es contar con un cirujano dentista general que sea idóneo, pues él resolverá el mayor número de los padecimientos y derivará al paciente hacia el especialista adecuado cuando el problema caiga francamente en el terreno en que sean necesarios conocimientos y prácticas especializados.

R.C. ¿Cuál es la enfermedad más grave que puede hallarse en la boca de un paciente?

C.D. Javier Portilla Robertson: Indudablemente, el cáncer bucal. Las personas mayores de 45 años —especialmente los fumadores y los bebedores, pero no exclusivamente éstos— deberían ser sometidos a un control periódico minucioso, como los que realiza la Facultad de Odontología de la UNAM sobre susceptibilidad al cáncer bucal. Con ellos ha sido posible detectar tempranamente ciertos casos y encontrarles adecuada solución, comenzando por salvar la vida del paciente. En el Complejo Hospitalario de Xochimilco y en la Ciudad Universitaria los enfermos son diagnosticados y tratados en el mismo día, un mecanismo que sólo existe en los países más avanzados en materia de salud pública.

¿CUANTO CUESTA LA SALUD DENTAL?

En la actual era de la medicina de consumo, ha de resultar de utilidad para los lectores un simple cuadro comparativo de las tarifas que rigen en instituciones oficiales, en organismos privados y las que perciben cirujanos dentistas de práctica privada, a nivel popular. Para ello se ha tomado en cuenta, como ejemplo ilustrativo de las proporciones, una obturación (tapar una carie) en amalgama de plata de un molar y una exodoncia (extraer una muela o diente). Es decir, tratamientos comunes para resolver problemas inmediatos del paciente:

OBTURACION EN AMALGAMA DE PLATA / EXODONCIA			
Instituciones oficiales	Aprox.	$ 35	$ 15
Organismos particulares	"	$ 100	$ 40
Dentistas independientes	"	$ 200	$ 100

Asimismo, el costo de la consulta odontológica varía desde 5 pesos en el Dispensario Médico, hasta 100 pesos que suele cobrar el cirujano dentista en la práctica privada.

Cuide sus dientes, pero también proteja su bolsillo. Antes de iniciar un tratamiento plantee sin inhibiciones al odontólogo cuál es su situación económica. No olvide que en muchas ocasiones existen distintas opciones, con materiales de diferentes precios. Además, si bien hay tratamientos que no admiten demora alguna, otros, en cambio, pueden esperar un lapso razonable. Nadie mejor que usted conoce sus posibilidades reales.

PASTAS DENTALES

LOS MITOS DE LA PUBLICIDAD

¡Qué dientes tan blancos tienes!...

Dicen los fabricantes de pastas dentales:

— "Compre su aliento, su sonrisa y el cuidado de sus dientes".

— "Quita manchas de cigarro, devuelve blancura y brillantez..."

— "Con su nuevo y refrescante sabor, te da confianza para empezar el día sonriendo y mantiene tu blanca, blanca sonrisa todo el día..." "... la blanca sonrisa que los demás notan."

— "... pule suavemente el esmalte de los dientes sin rasparlos, ... elimina los gérmenes que provocan el mal aliento..."

— "Para el momento de estar cerca... un aliento fresco y dientes más brillantes. " "Y tu aliento se siente fresco aun muy de cerca."

— "Porque cepillándose regularmente, su fluoruro actúa en el esmalte de los dientes para prevenir las caries."

A través de la publicidad comprobamos con gran asombro que se ha descubierto un "maravilloso" producto: la pasta dental. Reúne un sinfín de propiedades mágicas. Resulta así capaz de prevenir las caries, destruir gérmenes nocivos, devolver la blancura de los dientes, brindar una maravillosa sonrisa, eliminar las manchas del cigarro, proporcionar un aliento fresco, etc. Se nos dice, en una palabra, que es un producto agradable, por su rico sabor, con acción preventiva, casi curativa y embellecedora. Todo esto se encuentra contenido en un conocido eslogan: **"Protege la salud y belleza de sus dientes".**

Pero las cosas no quedan ahí. También se insinúa muy sutilmente que la pasta dental es capaz de convertirnos en personas encantadoras y seductoras, facilitando o reteniendo nuestras conquistas amorosas. ¿Es cierto todo esto? ¿Basta con utilizar la mejor pasta dental para cuidar nuestra dentadura y embellecerla? La respuesta es contundente: **No.** El dentífrico constituye solamente un elemento auxiliar, de relativa importancia. Tanto es así que incluso podría no utilizarse sin consecuencias. Lo que en cambio sí se convierte en imprescindible es un ADECUADO CEPILLADO DE LOS DIENTES, que tiene que ser SISTEMATICO, PROLONGADO Y FRECUENTE, a la vez que realizado en FORMA EFICAZ. Y de eso, lamentablemente para la higiene y salud bucal, la publicidad no dice una palabra. Y, al contrario, nos crea la idea que usando mucha pasta dental, que rebase del cepillo de dientes, estamos limpiándonos mejor.

Para complicar más las cosas, el sabor agradable del dentífrico nos da la ilusión de que nos hemos cepillado adecuadamente cuando tan sólo nuestro cepillo ha "acariciado" apresuradamente nuestros dientes. En cambio, una cepillada bien hecha, además de hacerse con un método muy preciso, tiene que durar varios minutos para ser eficaz.

Resumiendo, el suponer que la pasta sustituye la cepillada, sería como pensar que con usar bastante jabón, ya no es necesario frotar la piel al bañarnos... Pero, después de estas consideraciones, veamos rápidamente algunos de los mitos que nos propone esta publicidad.

a) Su "acción preventiva contra las caries". Muchas marcas anuncian su eficacia en función del fluoruro que contienen. Es cierto, científicamente, que este componente químico ayuda a la prevención de las caries. Pero para ello su ingestión tendría que darse desde las edades más bajas, a través del agua potable. Por esa razón muchos países han fluorado sus aguas de consumo. Su acción a nivel de una pasta dental resulta muy pequeña en el caso de niños y prácticamente nula a nivel de adultos. Mucho más significativo para la prevención referida es la ADECUADA ALIMENTACION, desde el nacimiento, y el **PERMANENTE CEPILLADO DE LA DENTADURA.**

b) Su facultad de blanquear los dientes: la "blanca sonrisa".

Es preciso saber que no existe producto que pueda volver blancos, dientes que son naturalmente de otra tonalidad. Y que normalmente los adultos, salvo excepciones, no los tienen blancos. El dentífrico ayudará, a lo sumo, con un buen cepillado, a recuperar el color natural de la dentadura.

c) Su poder de brindar un "aliento confiable y fresco".

El dentífrico, por su sola acción, no elimina las bacterias responsables del mal aliento. Puede dar por minutos la impresión de quitarlo. Pero dicho aliento es producido por las deficiencias del cepillado, por las caries, por la ingestión de ciertos alimentos, o aun, por ciertos trastornos estomacales.

ALGUNAS CONCLUSIONES

Como se ha podido apreciar en esta nota, la publicidad manejada para los dentífricos resulta generalmente engañosa por los siguientes motivos:

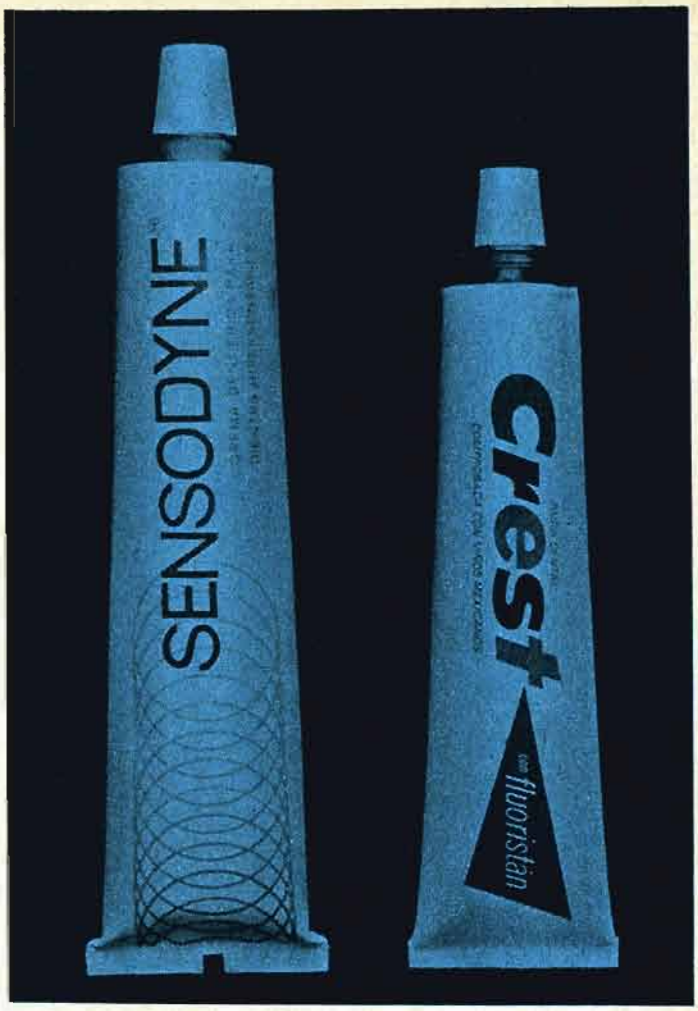
Acentúa la importancia de la pasta dental como si actuara sola, como lo haría un medicamento, sin hablar de la trascendencia del cepillado y sin enseñar a realizarlo.

Crea falsas ideas sobre lo que es la higiene y salud dental.

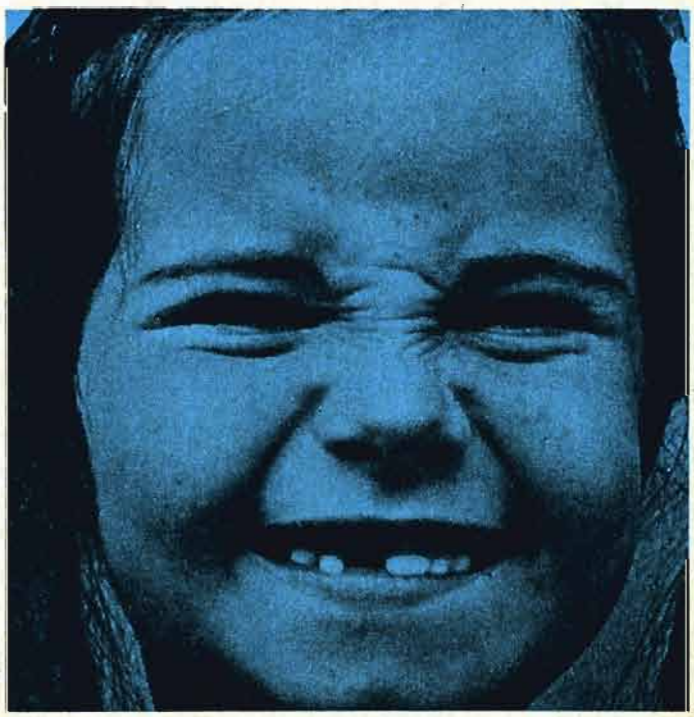
Oculta la relación entre alimentación y estado bucal.

No señala que la frescura del aliento depende más de la ausencia de caries y de bacterias que del uso de determinado dentífrico.

Propone alcanzar un atributo de belleza —una dentadura blanca y brillante— a través del dentífrico; esto parecería producirse por arte de magia, pero no se concreta en la realidad.



¿Usted cree que el tubo de la izquierda contiene más pasta que el de la derecha? Se equivoca. El contenido neto de este envase de Sensodyne es de 120 gramos; el de Crest, de 122 gramos. Por lo visto, hay presentaciones que resultan tan engañosas como cierta publicidad.



Para cuidar desde ahora su dentadura, no existen pastas "mágicas"

PASTAS DENTALES

Aprenda a cepillarse los dientes

La Dirección General de Higiene Escolar, a través de su Departamento de Odontología, tiene planteado como objetivo central de sus actividades promover la creación de hábitos adecuados para la higiene bucal y la prevención de enfermedades de la boca, como son los padecimientos de la encía (paradontopatías) y, fundamentalmente, las caries dentales.

Actualmente la caries es considerada una enfermedad en la que intervienen tres factores: la saliva y la temperatura de la boca, los restos alimenticios y los microorganismos que normalmente habitan en la boca. Con esos tres elementos se forma una película que se adhiere a la superficie de los dientes, llamada "placa dentobacteriana". Los ácidos que aparecen con la descomposición de los restos alimenticios van desintegrando la superficie dental, dando lugar a la entrada de los microorganismos, cuya acción destruye los tejidos más profundos, con el deterioro de la pieza dentaria y la aparición del dolor.

• *Respecto de los niños es básico tener en cuenta los siguientes puntos:*

— Los dientes de los pequeños comienzan a formarse en el vientre materno; por eso la dieta de la gestante es muy importante.

— Acostumbrar a los niños desde pequeños a tomar alimentos dulces o azucarados constituye un peligro para sus dientes.

— Evite que sus hijos tomen alimentos dulces o refrescos azucarados,entre comidas. Si el "antojo" es irresistible, proporcióneles vegetales o frutas firmes y fibrosos (manzana, pera, ensaladas de col y lechuga, etc.).

— La pérdida y erupción de dientes, debe ser vigilada por un odontólogo, quien podrá tomar medidas oportunas para prevenir complicaciones. Los "dientes de leche" también son importantes.

— Enseñe a sus hijos a cepillarse los dientes correctamente; consulte a su dentista. Durante los primeros años, dentro del aseo y cuidados generales, es necesario encargarse personalmente de la higiene bucal de los niños.

— Procure que su niño deje el chupón lo antes posible y que no se chupe los dedos después de los 5 años.

— Considere la posibilidad de que su hijo, si ingiere algún alimento o bebida en el "recreo" escolar, cepille allá sus dientes otra vez, como debe hacerlo después de cada comida (o al menos, enjuague enérgicamente 4 ó 5 veces su boca).

— Las pastas fluoruradas son aconsejables principalmente para los niños. No obstante, son fundamentales el correcto cepillado, la alimentación adecuada y la vigilancia profesional regular.

• *Para evitar o disminuir la caries:*

— Vigile su dieta:

Para el control de la placa dentobacteriana se han realizado múltiples intentos, que incluyen acciones enzimáticas, sustancias que modifican la tensión superficial, antibióticos y otros agentes bacterianos. Sin embargo, los resultados obtenidos aún no permiten trascender el plano de lo meramente experimental, y la limpieza mecánica de los dientes mediante el cepillado continúa siendo el medio más eficiente de que se dispone. Así, al eliminar los restos alimenticios, evitando, consecuentemente, el proceso de aparición de los ácidos nocivos, el cepillado constituye el mejor agente preventivo de la caries dental.

Claro que algo que parece tan simple suele no serlo. En primer lugar, la gran cantidad de marcas, formas, tamaño, cantidad, etc., de cepillos existentes en el mercado, y las campañas publicitarias que se desarrollan a su alrededor, pueden desorientar al consumidor.

Por otro lado, es frecuente que el cepillado se realice apresuradamente, de modo superficial, limpiando sólo las superficies labiales de los dientes anteriores. Los profesionales suelen aconsejar el empleo de técnicas muy precisas, como la de Chartres o la de Bass, entre las más comunes. Sin perjuicio de ello, cuya adopción dependerá de la experiencia individual del paciente y de la opinión del odontólogo en cada caso, la Dirección General de Higiene Escolar difunde un método de cepillado sencillo y eficaz, apto para ser adoptado a nivel masivo.

Según este organismo, el aseo de la boca debe hacerse firmemente y sin prisa, barriendo y girando el cepillo desde la encía hacia el borde de los dientes; de arriba hacia abajo en los superiores, y de abajo hacia arriba en los inferiores. En las caras masticatorias de los molares y premolares se realiza en forma de cruz, de atrás hacia adelante y de adentro hacia afuera. Finalmente es imprescindible enjuagar la boca vigorosamente, tantas veces como sea necesario hasta sentir que la dentadura ha quedado limpia, libre de todo resto de comida.

RECOMENDACIONES A LOS CONSUMIDORES

No consuma entre comidas ningún alimento, pero sobre todo suprima: dulces, chocolates, golosinas en general, galletas, panecillos, pasteles, bolillos, gomas de mascar, frutas secas, endulzadas o cristalizadas, bebidas o refrescos azucarados.
Prefiera, en todo caso, los siguientes alimentos:
naranja, manzana, pera, fresas frescas, leche, pan de trigo (integral), jugos naturales, "palomitas" de maíz o papas fritas.

- Acuda cuando menos una vez cada seis meses al dentista, y tenga siempre a la mano su número telefónico, por si se presenta alguna urgencia. Solicite instrucciones para su cuidado bucal y considere la posiblidad de procurarse aplicaciones locales de fluoruro.
- Cepille correctamente sus dientes después de cada comida: esto toma unos cuantos minutos. Hacerlo en cosa de segundos tal vez sirva para dar a sus músculos algún ejercicio, pero no para la higiene de su boca.
- Prepare en su casa una solución reveladora de la placa dental (unas gotas de colorante vegetal en "un dedo" de agua en un vaso) y circúlela por su boca: se teñirán especialmente las zonas de mayor acumulación de depósitos —en la unión de la encía con los dientes y en los espacios entre dientes—; esto indicará dónde poner especial atención durante el cepillado. Mientras aprende a cepillarse no emplee pasta, porque en la boca hay partes difíciles de ver que podrían ocultarse con el dentífrico.
- Prefiera, en general, un cepillo de dureza mediana, con cerdas y mango recto.
- No es necesario que desperdicie pasta cuando la coloque sobre su cepillo. Ponga el tubo del dentífrico en posición perpendicular a las cerdas y aplique moderada presión. No porque use mayor cantidad de pasta quedarán más limpios sus dientes.
- Tampoco es indispensable humedecer las cerdas del cepillo y la pasta, antes de llevárselos a la boca. Y conviene emplear un vaso con agua en lugar de dejar abierto el grifo y despilfarrar el líquido: "el agua que usted desperdicia, otros la necesitan".
- Es muy importante tener presente que el cepillo de dientes es un artículo personal: los gérmenes que para una persona son inofensivos, en otra pueden causar enfermedades.
- Utilice hilo dental, preferentemente antes de dormirse. Su dentista le enseñará la manera correcta de utilizar este medio importante de ayuda para conservar la salud bucal.
- Tenga presente que "el buen aliento" que "dan" las pastas dura sólo unos minutos. Para que persista, es necesario cepillar correctamente los dientes y la lengua(ésta actúa como reservorio microbiano).
- Si usted cuenta con servicios de asistencia institucionales (IMSS, ISSSTE, Pemex, etc.), aprovéchelos. Acuda a recibir tratamientos preventivos. Por otra parte, están disponibles los Centros de Salud de la SSA, o también los cirujanos dentistas privados.
- Resulta difícil seleccionar una pasta en particular. En función del estado de sus dientes y de las características intrínsecas de las diferentes marcas comerciales de los dentífricos, *comente con su dentista las posibles opciones. Considere después el precio, las ofertas y los puntos de venta.*
- Si por alguna razón no tiene a la mano su cepillo, enjuáguese vigorosamente con agua después de haber ingerido alimentos. De algo le puede ayudar.
- Finalmente, recuerde que un buen dentista no cobra por proporcionar instrucciones sobre el cepillado correcto.

El cepillado eficaz no depende de la cantidad de espuma

RECOMENDACIONES A LAS AUTORIDADES

— Es relevante que la coordinación de actividades de investigación de las instituciones sanitarias y de docencia, considere los aspectos preventivos de la salud bucal.

— Sería conveniente intensificar la difusión de medidas preventivas en materia bucal.

— Es urgente poner en marcha un programa de fluoruración del agua de consumo humano. La relación costo-beneficio parece ser atractiva.

— Resultaría de provecho para los profesionales de la salud y para los consumidores que se indicaran los ingredientes en las distintas marcas de pastas dentales.

— Es adecuado establecer un método de prueba actualizado para determinar la abrasividad de las pastas dentales y regular la introducción del dato correspondiente en los envases, empaques o etiquetas de dichos dentífricos.

— Beneficiaría a los consumidores la estandarización del peso neto para las diferentes presentaciones de pastas dentales, eliminando así la gran diversidad de contenidos que se encuentran para un "tamaño" de nombre similar. El problema podría aminorarse si al menos se evitaran denominaciones iguales para artículos de contenido desigual.

— Asimismo, podría estudiarse la factibilidad de estandarizar las boquillas de salida de los tubos de pasta dental, para evitar desperdicios en el uso de los dentífricos.

— Por lo que respecta a los cepillos dentales, también se presenta el caso de múltiples denominaciones que no aportan ninguna información al consumidor.

— Es recomendable considerar la posibilidad de estimular la producción masiva y conveniente comercialización de hilo dental.

— Convendría auspiciar, en los niños de edad escolar, el hábito de atender su higiene bucal en forma regular y adecuada. Asimismo, sería ventajoso que las escuelas adoptaran medidas específicas al respecto, no solamente desde el punto de vista de dar instrucción, sino de evitar prácticas desfavorables (como sería el consumo de azúcares en los periodos de "recreo" sin posterior aseo bucal).

RECOMENDACIONES A LOS FABRICANTES

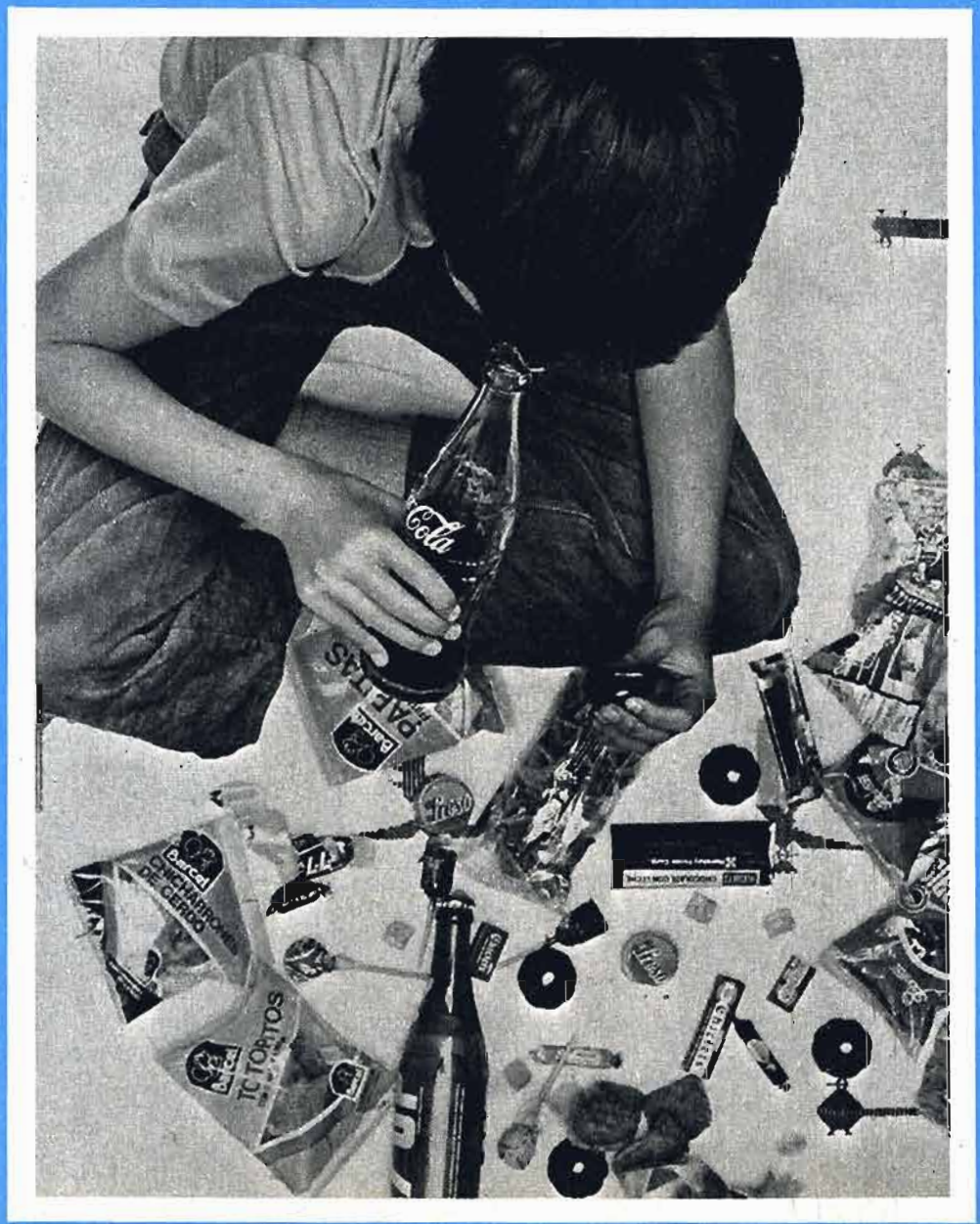
— Orientar su publicidad a propósitos informativos, y de ser posible, colaborar en los programas de prevención de las enfermedades bucales.

— Propiciar la difusión de técnicas de cepillado adecuadas y la adopción de hábitos alimenticios convenientes en los empaques de las pastas dentales.

— Participar en los esfuerzos tendientes a evitar la excesiva proliferación de envases o tamaños de las mercancías.

Se antojan pero no nutren

Antes las mamás preparaban un nutritivo "lunch" para sus niños, que consistía en un emparedado, fruta y agua de limón; pero hoy prefieren darles dinero para que se compren golosinas y refrescos.



"MAMA, QUIERO DULCES..."

Nos sucede todos los dias. Nuestros hijos nos piden dulces y no sabemos cómo evitarlo. Y lo peor es que en general no somos coherentes. Un día, nos agarran de "buenas" y les compramos todo lo que piden. Y al día siguiente nos negamos, dándoles un sinnúmero de razones: **"que se te van a estropear los dientes", "después no vas a querer la comida"**, etc. Pero si no adoptamos una actitud congruente, no estamos educando al niño.

Entenderá solamente que le estamos complaciendo o rechazando en función de nuestro estado de ánimo y no de un criterio educativo consistente. Y más allá, el niño puede sentir que si se le niega lo que pide es que en el fondo no se le quiere. A esa deformación ayuda una publicidad muy bien montada, que en forma de avalancha incontenible, cae diariamente sobre el niño.

En una palabra, el mensaje sutil que se le envía es el siguiente: **"Si tus padres te quieren te van a comprar los dulces que tú desees"**. Y los padres, muy a menudo, caemos en la trampa publicitaria. Se los compramos, porque los demás padres lo hacen, sin darle importancia al daño que le provocamos. A pesar de que sabemos que el niño al que se complace con muchos dulces, será un candidato seguro a tratamientos precoces de su dentadura, a trastornos en el balance de su alimentación y a convertirse en un niño muy caprichoso. No parará de exigir, sabiendo que obtendrá todo lo que pida.

Detrás de esa demanda de dulces, se esconde muy habitualmente otra cosa: la necesidad del niño de "probar" a sus padres, de darse cuenta si lo atienden y se preocupan por él o no. Por eso, un chico que se siente querido y se encuentra satisfecho en ese sentido, no se convierte fácilmente en el gran demandante de dulces. En cambio, muchas veces, somos nosotros mismos los que fomentamos el problema cuando volvemos a la casa cargados de dulces, los que simplemente están sustituyendo (y en mala forma) el tiempo que no le dedicamos a nuestro hijo. En ese caso se trata tan sólo de los sentimientos de culpa que nos genera el no poder compartir más nuestra vida con nuestros niños.

En fin, si somos consecuentes, y mostramos tener una línea clara en nuestra forma de pensar y de educar, no accederemos al permanente pedido de dulces. En un nivel más profundo, lo entenderemos como reclamo de afecto, de cariño, de atención. Y en el nivel más simple, trataremos de ofrecerles en cambio algo que alimente y no dañe: por ejemplo, enseñarle a comer más frutas, muy ricas en vitaminas, e imprescindibles para el organismo infantil en crecimiento.

Podremos hacerlo sin dificultad cuando estemos convencidos nosotros mismos que es lo mejor que se puede hacer por el niño y que el exceso de dulces lo está perjudicando.

Ya no nos sentiremos culpables al negárselos, cuando por otro lado hayamos podido dedicar diariamente un momento de nuestro tiempo para estar junto a él.

¿Cuántas veces los padres le quitan un gansito al niño que no come bien, o le dan unos submarinos a quien cumplió con su tarea?

Debido principalmente a la publicidad que se le da a los pastelitos que se ingieren entre comidas, estos productos se han convertido en azote de los padres con hijos que no quieren comer y premio para aquellos que se portan bien.

Pero... ¿acaso son nutritivos estos alimentos?

Expertos de la dirección de higiene escolar de la Secretaría de Educación Pública señalan que tienen muy poco valor nutritivo. Sin embargo, es una realidad que el horario de las comidas está en función de las actividades escolares y, como generalmente los niños desayunan muy temprano (y casi siempre de prisa), a media mañana tienen un hambre voraz.

Al mismo tiempo —agregan— se está perdiendo la costumbre del "lunch" preparado en casa con alimentos nutritivos como frutas y emparedados; en lugar de eso, muchos padres prefieren darle dinero al niño para que lo gaste en la cooperativa escolar, donde lógicamente, comprará pingüinos, gansitos, choco-roles, papas fritas, chicharrones, refrescos, etc.

Además de la desidia, comodidad o imposibilidad de los padres por preparar el "lunch", la publicidad está muy astutamente dirigida para que el niño que admira a "Quico" o al "Chavo" coma submarinos Marinela, o se emocione juntando las estampitas para llenar su álbum.

En ocasiones, los padres también contribuyen al consumo de estas golosinas al convertirlas en premios para los niños.

Esto no quiere decir que deba prohibirse totalmente el consumo de estos productos. Los expertos de higiene escolar de la SEP manifiestan que la predilección por las golosinas es un fenómeno normal en el desarrollo de la personalidad del niño, por lo que debe existir un margen en el cual se les permita comerlas. Pero atención, siempre y cuando se hayan logrado satisfacer las necesidades nutricionales que exigen el desarrollo, el crecimiento, la actividad escolar y el deporte que practique el niño de acuerdo a su edad.

¿Un premio para el que se porta bien?

LA CALIDAD NUTRICIONAL DE LAS GOLOSINAS

Producto	Peso neto	Ingredientes
Pingüinos	52 g.	harina de trigo, azúcar, cocoa, manteca vegetal, glucosa, sal yodatada
Submarinos	65.5 g.	harina de trigo, azúcar, huevo (1.42%), harina de soya, manteca vegetal y sal yodatada
Gansito	40 g.	harina de trigo, azúcar, mermelada de fresa, harina de soya, cocoa, granillo de pan dulce, glucosa, huevo (2,52%), sal yodatada.
Papas fritas		papa, aceite vegetal, sal yodatada

Mucho azúcar y nada de alimento

REQUERIMIENTOS NUTRICIONALES DIARIOS

	Edad Ambos sexos			Edad hombres	Edad mujeres
	4-6	7-9	10-12	13-15	13-15
Calorías	1600	2000	2500	3200	2600
Proteínas (g)	50	60	70	85	80
Calcio	1.0	1.0	1.2	1.4	1.3
Hierro (mg)	8	10	12	15	15
Vitamina A (U.I.)	2500	3500	4500	5000	5000
Tiamina (mg)	0.8	1.0	1.2	1.5	1.3
Riboflavina (mg)	1.2	2.5	1.8	2.0	2.0
Vitamina D (U.I.)	400	400	400	400	400
Ac. Ascórbico (mg)	50	60	75	90	80

(FOOD AND NUTRITION BOARD. NATIONAL RESEARCH COUNCIL)

Que no sea un sustituto del cariño

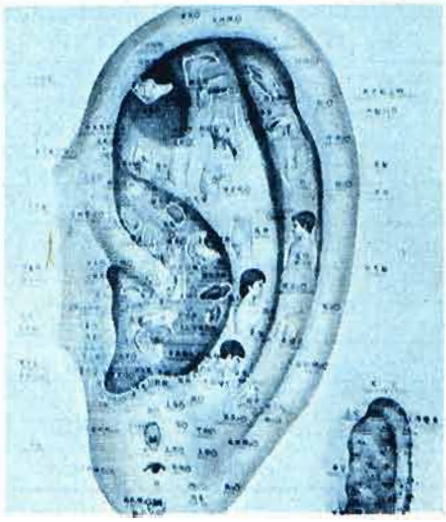
VALOR NUTRITIVO DE LOS ALIMENTOS POR 100 GRAMOS DE PESO NETO

Alimento	Calorías	Proteínas
harina de trigo	372	10.7
galletas dulce	403	9.5
panqué	287	8.8
harina de soya	331	37.3
papa	76	1.6
manteca vegetal	871	0.0
azúcar refinada	384	0.0
refrescos	48	0.0
chocomilk	236	18.4
helado	133	3.3
nieve de frutas	97	0.5
gelatina de agua	70	2.8
jalea	312	0.1
mermelada	259	0.5

TABLAS DE VALOR NUTRITIVO DE LOS ALIMENTOS. INSTITUTO NACIONAL DE LA NUTRICION

Acupuntura: no es cuento chino

Para muchos, la acupuntura es magia, sugestión o cuento chino. Sin embargo esta milenaria ciencia oriental ha demostrado su efectividad.



El secreto de los canales que conducen energía: el efecto de una aguja clavada en la oreja o en el codo, puede calmar dolencias localizadas en otras partes del cuerpo

Cuenta la leyenda que hace unos 6 mil años, en las lejanas tierras de Oriente, los guerreros chinos observaban que las heridas causadas por las lanzas les curaban otras dolencias. Los médicos orientales empezaron a investigar y descubrieron los puntos en los cuales un pinchazo podía curar ciertos males. Así nació la acupuntura.

El doctor Héctor Cabrera Foster, subdirector de la clínica Cuitláhuac del ISSSTE y experto acupunturista, explica que este método terapéutico consiste en aplicar una serie de estímulos (agujas) en zonas estratégicamente situadas sobre la superficie del cuerpo humano, con objeto de conseguir acciones específicas en una determinada región, un determinado órgano o una determinada función.

Para estimular la piel, normalmente se usan agujas que pueden medir unos cuantos milímetros o hasta 7 pulgadas.

Originalmente las agujas eran espinas de árboles, después se utilizó hueso o marfil, y cuando se introdujo el metal en la cultura china, se empezaron a hacer de cobre, de bronce, de oro o de plata. Actualmente, el 99 por ciento de las agujas utilizadas están hechas de acero inoxidable. El progreso de la ciencia es tal, que ya se empieza a usar rayos lasser en lugar de las agujas, aunque todavía no son tan eficientes como éstas y su costo es muy elevado.

Antiguamente se pensaba que las agujas de oro estimulaban y las de plata sedaban, pero hoy se sabe que no importa el material sino la correcta aplicación de la aguja en el sitio preciso.

"Según la técnica tradicional china —nos dice el doctor Cabrera— **las agujas no deben permanecer en el paciente más de 15 ó 20 minutos, salvo en casos muy contados: sin embargo, en México se utiliza mucho una técnica japonesa llamada Hina-**

¿COMO FUNCIONA LA ACUPUNTURA?

Según los principios de la medicina china, el cuerpo humano no es un conjunto de órganos separados, sino que están estrechamente relacionados, al grado que el mal funcionamiento de uno influye en los demás.

El organismo está surcado por canales que conducen energía que, al sobrar o faltar, provoca la enfermedad. En estos canales —dicen los acupunturistas— se localizan más de 600 puntos donde, según se inserten las agujas, se puede sumar o restar energía.

Como estos canales recorren todo el cuerpo, una aguja colocada en la palma de la mano influye en los pulmones, el pericardio y el miocardio, mientras que aplicada en el dorso de la mano puede afectar al intestino y al estómago. Insertando agujas en el pie es posible curar enfermedades de los riñones y el páncreas, o aliviar dolores de cabeza.

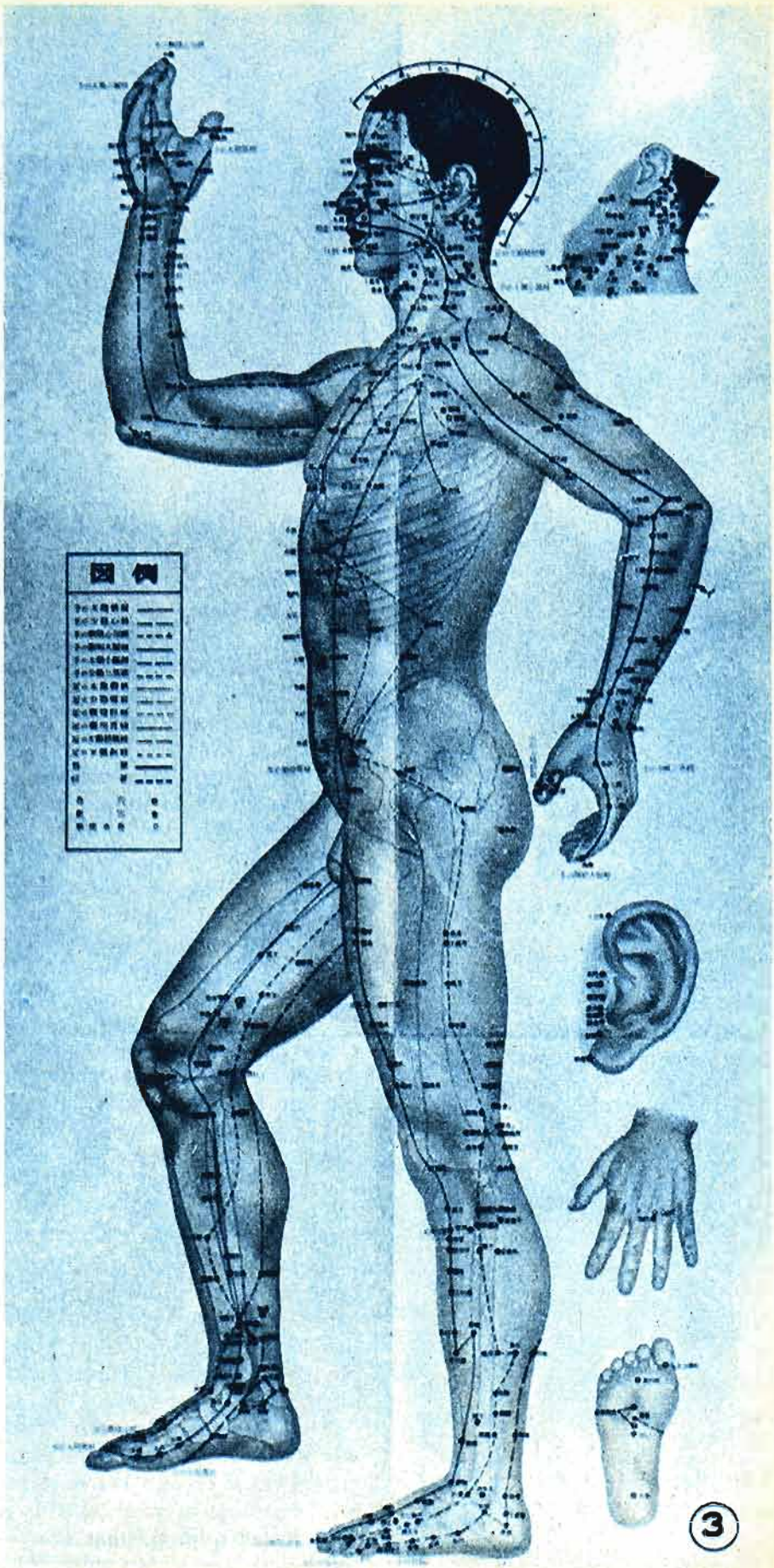
ishi en la que se dejan las agujas permanentemente".

Según el doctor Cabrera, la acupuntura no es dolorosa; **"cuando hay dolor puede pensarse que el acupunturista no maneja la técnica correctamente".**

¿Sirve para todo?

Acerca de los alcances de este método, el doctor Cabrera señaló que en China el 98 por ciento de los padecimientos se tratan con acupuntura. **"En nuestro medio hay muchos transtornos, principalmente de tipo funcional, que podemos curar con venta sobre la medicina occidental".**

"Principalmente hemos curado padecimientos que afectan al sis-



El esquema con los puntos "clave" de la acupuntura

OPINA UN MEDICO ALOPATA

Para conocer la opinión que los médicos alópatas (aquellos que practican la medicina clásica que todos conocemos) tienen hacia la acupuntura, platicamos con el doctor Alfonso Aguilar Zúñiga, director de la clínica ISSSTE de Balbuena.

"Yo no puedo hablar en nombre de toda la medicina alópata —dijo— pero sí puedo dar mi opinión personal".

"Para ello quiero platicarle que hace unos años empecé a tener problemas en la columna y, al recurrir a un colega, me diagnosticó una hernia en el disco. Los dolores eran muy fuertes y era necesaria una operación, sólo que una intervención en esos casos puede complicarse, así que un poco en broma le dije al médico que primero recurriría a la acupuntura, luego a un brujo de Catemaco y, si no me curaba, me operaba".

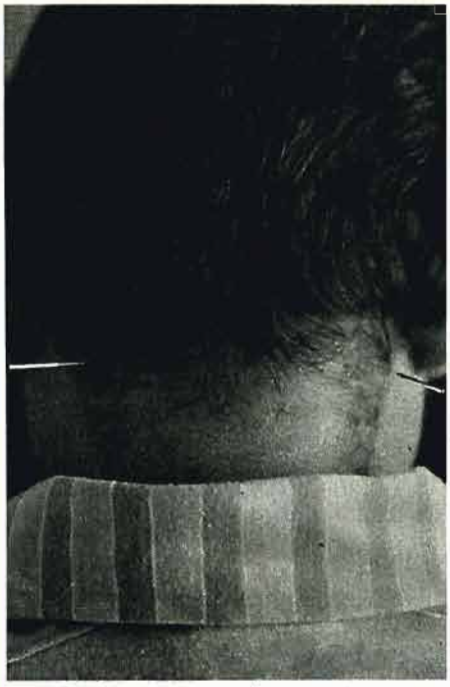
"Yo dudaba de la acupuntura porque nadie me había dado una razón fisiológica, farmacológica y fisiopatológica de cómo era posible que diera resultados favorables este tratamiento".

"Pero, un poco tomándolo como último recurso, visité a un compañero acupunturista quien me aplicó 14 agujas durante 20 minutos.

Al quitármelas me sentí con menos dolor y después de la segunda sesión ya me sentía mucho mejor. Ahora muevo la pierna sin dificultad, cosa que antes me era imposible".

"Pienso que puede haber riesgos en caso de que piquen en un punto considerado como vital, pero supongo que estos señores cuentan con la preparación suficiente para saber con exactitud dónde colocar las agujas. Lo que sí puedo decir es que no hay dolor".

"Yo creo que el médico, por ser médico, tiene más bases para usar este sistema terapéutico, porque con los conocimientos que tiene de anatomía y fisiología sabrá exactamente dónde clavar las agujas, mientras que una persona impreparada puede convertir este método en algo peligroso".



No duele, aunque las agujas estén clavadas en la nuca

tema esqueleto-muscular como artritis, lumbago y ciáticas, y hemos tenido mucho éxito en parálisis facial, trastornos del sistema nervioso, angustias, sicosis, insominio. En fin, la acupuntura no tiene límites".

"En algunos casos —continúa el doctor Cabrera— **se puede evitar la intervención quirúrgica, como en la apendicitis, que se ha tratado con éxito utilizando este método."**

"Yo pienso que lo que debe hacer el médico es valorar los alcances de la medicina occidental, y en un momento dado, completarla con la acupuntura".

En cuanto a las ventajas de la acupuntura, los médicos aseguran que es una técnica exenta de riesgos.

Puede ser practicada en un consultorio común y, como no se utilizan medicamentos, no existe la posibilidad de tener reacciones indeseables. También sus costos son menores.

"Desde luego quiero dejar apuntado que la medicina tradicional china no substituye nunca a la medicina occidental, sólo es una de las tantas armas con las que puede contar un médico para proporcionar un tratamiento".

RECOMENDACIONES

Diríjase a un profesional con preparación en acupuntura; revise los títulos que lo acrediten como tal y que deben estar visibles en el consultorio.

Desconfíe de quien le introduzca las agujas demasiado profundas.

La acupuntura bien hecha no causa dolor; si las agujas le producen malestar, significa que está en manos de un inexperto. Según el método tradicional no es necesario tener las agujas colocadas permanentemente; con 15 ó 20 minutos es suficiente.

Desconfíe de aquel que le diga que con la acupuntura se pueden curar padecimientos no reversibles como la caries, el cáncer, la gangrena, etc.

Al referirse a la reacción que el público y los médicos han tenido para con esta técnica, el doctor Cabrera señaló que al principio hubo un poco de rechazo por ser desconocida, **"pero actualmente existe un interés tremendo. En los últimos 3 años hemos proporcionado entrenamiento a más de 300 médicos".**

Cuidado con los charlatanes

Uno de los problemas de la acupuntura es que, como en casi todas las actividades humanas, nunca faltan personas que se aprovechan de la situación y practican este método sin la debida preparación. **"Es por eso** —anota el doctor Cabrera— **que nosotros luchamos para que la acupuntura la practiquen médicos titulados o técnicos preparados bajo la supervisión de un médico".**

"Para no caer con charlatanes —agrega— **hay que ver los papeles que respalden su preparación; estos documentos deben estar a la vista en el consultorio. Primero, que el acupunturista sea médico, y segundo, que tenga preparación en esta técnica".**

Este puesto está ubicado a la puerta de una escuela

Se sabe que las golosinas son poco nutritivas y en nada contribuyen al desarrollo de los niños en edad escolar. Sin embargo, muchos padres siguen dando dinero a sus hijos para que las consuman durante el "recreo", y también se permite que los puestos que venden este tipo de "antojitos" se coloquen a la puerta misma de las escuelas.

¿Hasta cuándo?

Artículo 47

Las ventas a domicilio deberán constar en un contrato escrito que contendrá:

a) El nombre y dirección del proveedor y su empleado vendedor, en su caso;

b) El registro federal de causantes del proveedor y su empleado vendedor, en su caso;

c) El nombre y la dirección del consumidor;

d) La designación precisa de la naturaleza y características de los bienes o servicios contratados;

e) Las condiciones de ejecución del contrato;

f) El precio y demás requisitos señalados en el artículo 20.

g) La facultad del consumidor para revocar el consentimiento.

Artículo 48

Tratándose de las ventas a domicilio, el contrato se perfeccionará a los cinco días hábiles contados a partir de su firma. Durante ese lapso el consumidor tiene la facultad de revocar su consentimiento sin responsabilidad alguna.

La revocación deberá hacerse mediante aviso o bien entregado personalmente al agente en su caso, o bien remitido por correo certificado con acuse de recibo, o por otro medio fehaciente.

La revocación hecha conforme a este artículo, deja sin efecto la operación.

Artículo 49

Los proveedores que realicen ventas a domicilio por medio de vendedores deberán acreditar la representación de éstos mediante credenciales que expidan al efecto.

LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR

ESTA LEY ES SUYA, HAGALA VALER

TODAVIA PUEDE ARREPENTIRSE

Si usted contrató un servicio o arrendó un bien mueble a un vendedor a domicilio, y después de tres días se arrepintió, todavía es tiempo de "echarse para atrás".

El artículo 48 de la Ley Federal de Protección al Consumidor señala que, antes de 5 días hábiles contados a partir de la firma del contrato, el consumidor puede revocar su consentimiento.

Esto puede hacerlo:

—Avisando personalmente al vendedor

—Avisando por correo certificado, con acuse de recibo.

De este modo, la operación quedará sin efecto.

ADEMAS, RECUERDE:

En su artículo 49, la Ley obliga a que los vendedores domiciliarios se identifiquen con una credencial expedida por la empresa a la que representan.

Y en el artículo 47, se señalan claramente las condiciones del contrato con que debe contar toda venta a domicilio.

Al alcance de todos

¿ Ultimamente ha sentido que al subir las escaleras se le dificulta la respiración, o que al correr tras el camión le quedan doloridas las piernas, o que ya no soporta caminar tanto como antes?
Si la respuesta es afirmativa, seguramente es porque usted se ha alejado del deporte.

Desde el principio de los tiempos, el hombre siempre ha buscado su desarrollo físico.

Hoy en día, esta afirmación por el desarrollo del cuerpo humano ha perdido significado y en lugar de ser practicado por la mayoría de la población, son sólo unos cuantos quienes lo hacen.

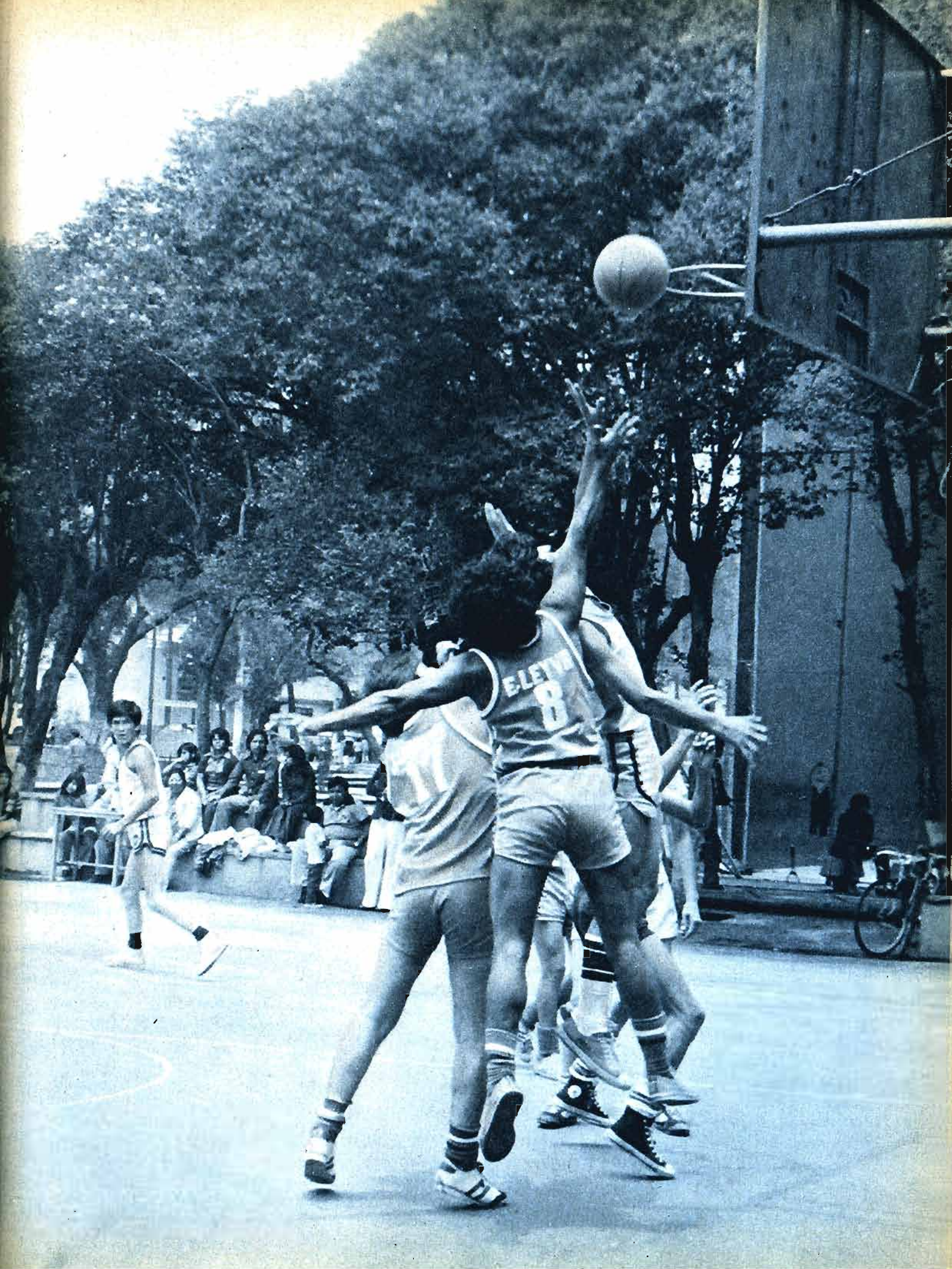
El resto se conforma con asistir a los estadios de futbol, y ver cómo 22 deportistas-actores escenifican un duelo del cual el espectador sólo comparte las emociones, pero quedando alejado de las ventajas físicas que el deporte proporciona: por supuesto, no se es deportista por el sólo hecho de echarle porras a los Pumas o al América. Hay, sin embargo, otras personas que gustan de practicar algún deporte, o que incluso lo hicieron durante su juventud, pero al llegar a cierta edad consideran que ya no están para eso, no tienen tiempo o, simplemente, no saben dónde practicarlo.

Afortunadamente, las autoridades deportivas del D.F. están promoviendo el deporte en las 16 delegaciones políticas a través de la Dirección General de Promoción del Deporte y utilizando las instalaciones del Instituto Nacional del Deporte, parques, jardines y hasta camellones.

El Prof. Víctor Manuel Aceves, jefe de Promoción Popular de dicho organismo, señaló a la **Revista del Consumidor** que **"la idea es facilitar el acceso al deporte a todas las personas, sin distinción, a fin de favorecer la salud integral del individuo; no pretendemos formar estrellas ni supercompetidores, sino convertir al participante en un elemento activo hacia el deporte y no pasivo".**

"Para esto se llevan a cabo programas de promoción deportiva en las instalaciones adecuadas y en los parques, donde no es necesario pagar cuotas o tener credencial, sino interés por practicar el deporte con maestros y técnica necesarios".

Al referirse a los lugares donde puede practicarse gratuitamente esta actividad, el Prof. Aceves manifestó que " **existen 60 centros deportivos, parques, y camellones, a donde asisten 16**



Volibol: apenas uno de los deportes que pueden practicarse gratuitamente

mil personas. La meta es llegar a 120 mil antes de que termine este año".

Además de estos 60 lugares donde básicamente se lleva a cabo una preparación física, cada Delegación cuenta con un centro deportivo.

En estos centros —que suman 16— el usuario tiene derecho a tomar clases de dos deportes y a utilizar las instalaciones para practicar libremente bádminton, tenis, volibol, atletismo, basquetbol, box, futbol, beisbol, tenis de mesa, natación, gimnasia, frontón, judo, karate, ciclismo y esgrima.

Para obtener la credencial sólo bastan dos fotografías y someterse a un examen médico.

CLUBES FAMILIARES

DELEGACION	CENTROS	UBICACION
Alvaro Obregón	Parque al costado de prepa. 8	Av. Plateros y Dr. P. Miranda.
	Unidad Habit. Lomas de Becerra	Av. Diagonal San Antonio S/n.
Azcapotzalco	Deportivo Reynosa	Tepango y Av. Reynosa
	Deportivo Victoria de las Democracias	Toronjil y Mejorana
Benito Juárez	Parque de los Venados	Vértiz y Miguel Laurent
Coyoacán	Deportivo Popular Coyoacán	Av. Imán y Aztecas
	Multifamiliar Tlalpan	Calz. de Tlalpan
Cuauhtémoc	Explanada de las Tres Culturas	Unidad Habitacional Nonoalco Tlatelolco
	Parque de la Alameda Central	Av. Hidalgo y Angela Peralta
Gustavo A. Madero	Centro Nueva Atzacoalco	Av. Eduardo Molina y Calle 314.
	Deportivo los Galeana	Av. 416 S/n. Col. Providencia
Iztacalco	Parque al frente de la Deleg.	Río Churubusco y Té.
	Cd. Deportiva Infantil Pta. 2	Av. Morelos y Calle F. Iglesias
Iztapalapa	Parque Nacional Cerro de la Estrella	Av. Ermita Iztapalapa S/n.
Magdalena Contreras	Casa Popular de la Juventud	San Jerónimo y Periférico
	Centro Cerro del Judio	Av. San Bernabé S/n.
Miguel Hidalgo	Deportivo Cañitas	Calz. México Tacuba junto al M. Popotla
	Bosque de Chapultepec (viejo)	Zona Verde junto al Tótem
Tlalpan	Jardín Cuauhtémoc	Calle de Carrasco y Cuitláhuac
	Bosque del Pedregal	Camino a Sta. Teresa y Ejidos Padierna
Tláhuac	Centro Zapotitlán	Calz. México Tulyehualco Km. 22.5
Venustiano Carranza	Deportivo Eduardo Molina	Eduardo Molina y Peluqueros
	Parque	Fray Servando Teresa de Mier y Morazán
Xochimilco	Unidad Deportiva Xochimilco	Francisco Goytia y Prolong. 16 de Septiembre
	Centro San Gregorio Atlapulco	Calz. Vieja y Carretera Nueva No. 33

HORARIO Todos los centros trabajarán: sábado y domingo de 9:00 a 12:00 horas.

El deporte como medio de unión familiar

Otros medios con los que cuenta la Dirección General de Promoción del Deporte, son los clubes familiares, cuya finalidad es integrar a la familia con base en el deporte.

Estos clubes funcionan en 14 Delegaciones, de las 9 de la mañana a la 1 de la tarde, con actividades como futbol, volibol, etc.

De las Delegaciones políticas también dependen los Centros Sociales Populares, donde, además de practicar el deporte, se imparten clases de actividades manuales y se organizan eventos culturales.

"La finalidad de estos lugares —nos dice el Lic. Jaime Sampeiro, director del Centro Social Aquiles Serdán— **es la de atraer a los jóvenes para que practiquen deporte en forma organizada y elevar el nivel cultural de los habitantes de la zona".**

El Instituto Nacional del Deporte, además de los planes que realiza conjuntamente con la Dirección General de Promoción del Deporte, también está trabajando por difundir esta actividad y hacerla llegar al mayor número posible de personas. Para ello, cuenta con un plan de enseñanza de cinco deportes básicos que son futbol, volibol, basquetbol, atletismo y gimnasia, para lo cual utiliza las instalaciones de los Centros Deportivos y del antiguo Colegio Militar, en Popotla.

Aunque estas clases no son gratuitas, el costo de $ 50 pesos de inscripción y $ 30 mensuales es accesible a toda persona que quiera conservarse sana.

Y al hablar de la salud que proporciona el deporte, no sólo nos referimos a la salud física sino también a la mental.

Porque el viejo precepto que propugna " Mente sana en cuerpo sano", mantiene su vigencia...

RECOMENDACIONES

- A cualquier edad es recomendable la práctica del deporte; no deje de hacerlo.
- De ser posible, póngase en manos de un médico para que le recomiende la actividad deportiva más adecuada a sus necesidades.
- Inculque a sus hijos, desde pequeños, la afición por el deporte; así crecerán más sanos física y mentalmente.
- Procure practicar el deporte en familia; ayuda a reforzar los lazos de unión.

CENTROS DEPORTIVOS

En cualquiera de estos centros se puede aprender y practicar una variada gama de deportes (basquetbol, futbolito, **handball,** natación, volibol, etc.), bajo la supervisión de profesores especializados.

Delegación Alvaro Obregón: Unidad Habitacional Santa Fe del IMSS (Camino Santa Fe y Av. Cerón).

Delegación Azcapotzalco: Unidad Habitacional Cuitláhuac (Av. de las Torres, frente a Manzanas 1 y 2).

Delegación Benito Juárez: Deportivo Benito Juárez (División del Norte y Municipio Libre).

Delegación Coyoacán: Deportivo J. de Jesús Ciara Flores (Canal de Miramontes y Calzada de la Virgen, Colonia Avante).

Delegación Cuauhtémoc: Centro Urbano Presidente Juárez (Calle Antonio M. Alza y Calle Jalapa).

Delegación Gustavo A. Madero: Centro Deportivo Gran Canal Eco. Zarco (Avenida No. 101 y Avenida No. 510).

Delegación Iztacalco: Centro Infonavit Marte (Calzada de la Viga y Playa Roqueta).

Delegación Iztapalapa: Centro Sta. Cruz Meyehualco y Centro Unidad Vicente Guerrero (Ermita Iztapalapa y Calle 71 y 73, Unidad Vicente Guerrero).

Delegación Magdalena Contreras: Centro Casa Popular de la Juventud (Av. Contreras y Av. Luis Cabrera).

Delegación Miguel Hidalgo: Centro Parque Salesiano (Lago Xochimilco, Laguna de Tamiahua, Laguna del Carmen, Colegio Salesiano).

Delegación Milpa Alta: Deportivo San Pablo Oxtotepec (Av. Fabián Flores y Av. Progreso).

Delegación Cuitláhuac: Unidad Deportiva Tlahuac (Carretera Sta. Catarina S/N Tlaltenco).

Delegación Tlalpan: Unidad Nacional Villa Coapa (Periférico, Av. Del Riego, Av. Garita, Av. Acequia).

Delegación Venustiano Carranza: Pta. 2 de Ciudad Deportiva (Av. Morelos y Francisco Iglesias).

Delegación Xochimilco: Centro Deportivo Xochimilco (Barrio San Marcos, Prolongación 16 de Septiembre y Francisco Goytia).

¿Por qué no leen los adolescentes?

A los padres y educadores les incumbe la responsabilidad de que se imponga entre la juventud el consumo de buena literatura

"En nuestro país es muy notorio el analfabetismo funcional, y obviamente los sectores adolescentes de nuestra población no escapan de ello".

Ante tal afirmación, realizada por el doctor Guillermo Melo, profesor de la Facultad de Psicología de la Universidad Iberoamericana y miembro de la Sociedad Psicoanalítica Mexicana, muchos se preguntarán quiénes son los destinatarios de los 12 millones de ejemplares de todo tipo de publicaciones que circulan mensualmente, en todo México.

Para este destacado sicoanalista, la respuesta es muy sencilla: **"basta recordar al gran escritor Carlos Monsiváis, quien afirmó que en nuestro país son muy pocos los que leen pero esos pocos leen mucho, convitiéndose en verdaderos ratones de biblioteca".** Evidentemente, la producción literaria y periodística de México se halla destinada sólo a reducidos sectores de la sociedad que tienen acceso a la cultura.

Sin duda, este problema adquiere una particular importancia tratándose del adolescente, ya que éste es un ser que vive una etapa de transición hacia la madurez, caracterizada por una profunda crisis de identidad y por su dependencia afectiva y económica.

La etapa adolescente supone, además, el rechazo de los valores e ideales de los adultos y la búsqueda de una ideología propia acorde con su nueva percepción de la realidad.

La cuestión no es mirar, sino leer

Por eso, el escritor Gustavo Sainz, autor de novelas como **Gazapo, Compadre Lobo, La Princesa del Palacio de Hierro y Obsesivos Días Circulares,** entiende que "**la literatura debe ayudar a los jóvenes lectores a incrementar sus experiencias, alterarles sus hábitos perceptivos, brindarles la posibilidad de que puedan reconocerse y por último, entretenerlos".**

Para Gustavo Sainz, director del Departamento de Literatura del Instituto Nacional de Bellas Artes, lo importante es brindar nuevas alternativas a través de sus novelas; es más, sostiene que **" los adolescentes no deben oír consejos, ya que si así sucede, no aprenderán a desarrollar su sentido de creatividad, ni su capacidad de juicio crítico; el joven debe romper con las normas que le quieren imponer desde el exterior, debe hacerse responsable de sí mismo".**

Lo expresado anteriormente por el joven novelista mexicano está íntimamente relacionado con su concepción de que " **la adolescencia no es una etapa en sí, sino un invento del siglo XX, pues antes no había una cultura adolescente".**

Por ello, considera que toda la literatura es apta para los adolescentes, y la lectura de novelas ofrece a los futuros adultos el camino posible para ordenar sus imágenes dispersas tanto de su mundo interno como externo.

Sin embargo, el doctor Guillermo Melo observa que **"México es especialista en producir adultos-niños".**

"Bajo el amparo maternal —continúa el sicoanalista—, **encontramos en nuestra sociedad seudomachista, a gentes cercanas a los 30 años con manifestaciones adolescentes, que desarrollan una vida totalmente dependiente".**

Sin pretender establecer una estadística al respecto, el doctor Guillermo Melo considera que **" es muy probable que por cada adolescente que lee, haya cuatro que no lo hacen".**

Además indicó el sicoanalista que aproximadamente sólo el 15

por ciento de los adolescentes que cursan estudios leen más materiales o textos que los ordenados por sus maestros. Ocurre —señaló— que **"la mayoría de los estudiantes se conforman con aprender sólo los aspectos específicos de la profesión que han elegido".**

Para Gerardo Valerio, responsable de la Sucursal Diana de la Librería Cristal, el adolescente **"lee poco, y cuando lo hace, prefiere obras sencillas que lo entretengan, como el caso de 'Mafalda' o alguna publicación deportiva".**

"En cambio —manifestó Valerio—, **los jóvenes mayores de 18 años sí leen más y se preocupan por adquirir una cultura general".**

Muchos voceadores de periódicos y revistas afirman que los adolescentes que compran publicaciones, son aficionados a leer revistas deportivas porque responden a sus intereses y, además, son de bajo costo.

Las publicaciones pornográficas también son requeridas por los sectores adolescentes, pero su consumo es reducido por el alto precio de venta de las mismas.

Sin embargo, son muchos los jóvenes de clases acomodadas que solicitan revistas americanas, tales como **Who's in Who; Wampirella; Warren Magazine** y **World Motorcycle Catologue,** aun cuando su costo es considerable.

Las causas

Diversos son los factores determinantes en la falta de hábito de lectura por parte de los adolescentes.

Para el sicoanalista Guillermo Melo, uno de los factores más importantes es que **"los adolescentes no leen, porque no han aprendido a pensar y a leer pensando".**

Sin duda, esta causa tiene mucho que ver con los sistemas de enseñanza imperantes en la escuela mexicana.

La escuela primaria inicia al niño en el mecanismo de la lectura, pero disociado de sus intereses. Además, sus contenidos carecen de motivaciones y atractivos.

En consecuencia, los niños aprenden a leer mecánicamente y no desarrollan hábitos e intereses por lecturas seleccionadas.

Otro de los factores que influyen en la carencia de un hábito de lectura, es sin duda alguna la televisión.

El "monstruo" de los medios de comunicación masiva, salvo alguna excepción, con su programación evasiva y estupidizante, deja maltrecha o condiciona la capacidad de juicio crítico del espectador adolescente.

La incidencia de la televisión es tal, que el doctor Melo le atribuyó el mote de "nana electrónica", ya que prácticamente reemplaza la lectura literaria por la lectura de imágenes, y a la vez, condiciona a los jóvenes espectadores con sus mensajes.

Luego recalcó que muchos de sus pacientes le manifestaron que **"el poco apego a la lectura se debe fundamentalmente a que prefieren 'vivir' y que sólo le dedican a la lectura lo que dura un viaje en camión".**

Es decir que algunos adolescentes piensan que el tiempo invertido en leer es tiempo que lo pierden para vivir. Piensan en la lectura en términos de muerte, ya que la anteponen a la vida.

El negocio editorial también tiene su responsabilidad en este problema. Fundamentalmente, en lo que hace a la falta de incentivos en la mayor parte de las publicaciones destinadas a los adolescentes, para que éstos puedan encontrar alternativas que le ayuden a resolver la crisis de identidad por un lado, y la ausencia de criterios para leer por el otro.

Sin proponerse competir con la televisión, Gustavo Sainz está convencido de que puede brindárseles nuevas propuestas a los jóvenes que tienen acceso a la cultura, contrarrestando así la acción de la programación televisiva y la de ciertas "publicaciones vulgares", tales como revistas pornográficas e historietas poco constructivas.

Existen organismos que tratan de generar y modificar los hábitos de lectura, a través de nuevos autores y con contenidos que lleguen a la problemática del adolescente. Tal es el caso del departamento de Literatura del Instituto Nacional de Bellas Artes, que trata de descubrir, estimular, conservar y analizar la producción literaria mexicana. Para ello, dicha institución organiza concursos infantiles para menores de 12 años y concursos donde pueden participar personas entre los 12 y 30 años.

Para el cumplimiento de su labor, este organismo cuenta con más de 70 talleres literarios en el perímetro del Distrito Federal y con uno en casi la mayor parte de los estados.

RECOMENDACIONES

Más que "dar" títulos o temas a los adolescentes, se les debe formar en los procedimientos de lectura que les permitan romper con la "ñoñería" infantil, la programación televisiva y la enajenación de cierta literatura juvenil.

Demostrarles cómo el avance del lenguaje visual de la televisión, en detrimento de la lectura, limita las posibilidades de desarrollar su pensamiento crítico y su autodeterminación.

Informar al adolescente para que capitalice su propia inconformidad, descubriendo las formas ocultas con que las editoriales determinan y manipulan sus intereses, sus impulsos de independencia y sus concepciones de nuevos modelos de vida.

¡CONSUMMATUM EST!

by: CARAM CERVANTES & dzib DA VINCI

S.O.S

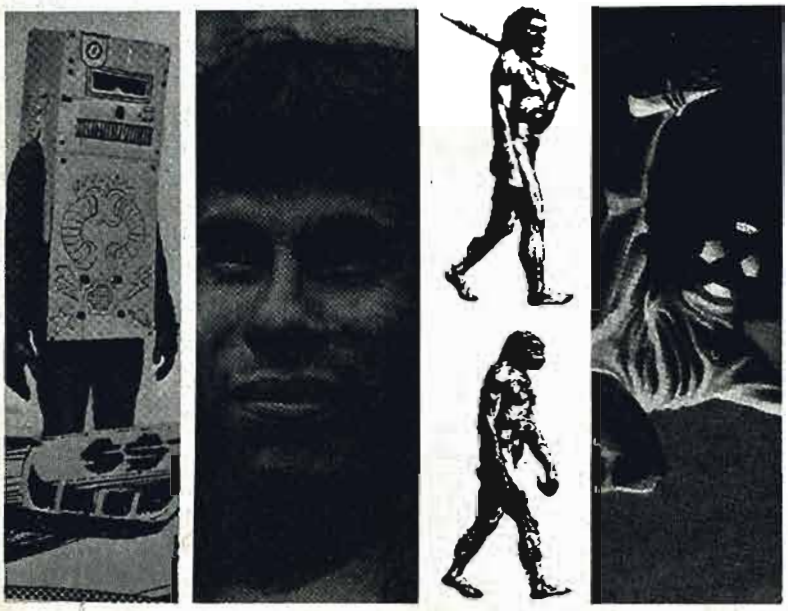
ESPECIE EN EXTINCION

Por culpa de la carestía de la vida, hay una especie que está en peligro de extinguirse. Exactamente como los búfalos. Lo terrible del caso es que, hasta ahora, nadie parece preocuparse del destino de los consumidores, que caen como moscas rociadas con flit cada vez que se presenta una fecha conmemorativa. Como jamás se ha decretado una veda, los comerciantes organizan unos safaris tremendos en vísperas de los festejos.

Ante la inminencia del desastre, la Liga de Defensa del Consumidor Atarantado ha tomado cartas en el asunto, proponiendo medidas radicales para preservar la especie.

El plan de la LDCA consiste en la sustitución de símbolos en las fechas sacras, con lo cual se evitaría el despilfarro de miles de millones de pesos en regalos inútiles. En vez del día de la Madre, se festejaría el Día del Cosmonauta. ¿Por qué, en lugar del Día del Padre, no se instituye el Día del Lacandón? Al fin que sólo quedan 200 lacandones en todo el país y tan incomunicados que ni se enterarían. El día de la Amistad podría cambiarse por el Día del Espeleólogo y el Día del Compadre por el día del Futbol Mexicano. En esta última fecha, particularmente, los consumidores se ahorrarían una buena billetiza.

La campaña de la LDCA ya está en marcha. Le deseamos el mayor de los éxitos.



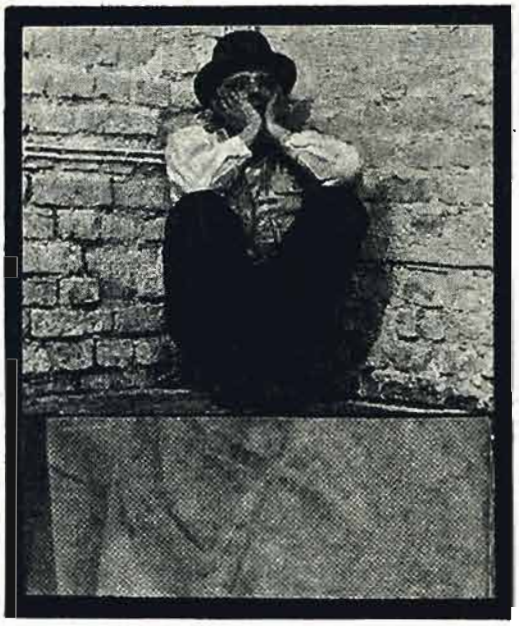
2 CONFERENCIAS DE ANTOLOGIA 2

El doctor Leo Brzenzinski, de la Universidad de Harvard, experto en cuestiones económicas y demográficas (es padre de 14 hijos), dictará dos interesantes conferencias con los siguientes temas:

1.– El control de la natalidad.
2.– El control de precios.

La primera disertación tendrá lugar en la Arena México, alguna noche que no llueva, con la asistencia exclusiva de padres y madres que hayan sido esterilizados previamente.

La segunda será cancelada, definitivamente, por imposible.



El Dr. Leo Brzenzinsi preguntándose acerca del porque de la imposibilidad... cuestión que nosotros tampoco pudimos contestarle.

DICCIONARIO DEL CONSUMIDOR

(en desorden alfabético y mental).

CLIENTE: Esclavo acostumbrado a los peores tormentos.

SALARIO MINIMO: Ilusión de óptica.

CABALLO: Exquisito manjar que se sirve en forma de filete en algunos restaurantes de postín.

CARNE: Artículo de lujo en vías de sustituir al diamante.

DEVALUACION: Espada de Damócles.

CENTAVO: especie extinguida hace mucho tiempo.

SUPERMERCADO: el manicomio de los precios.

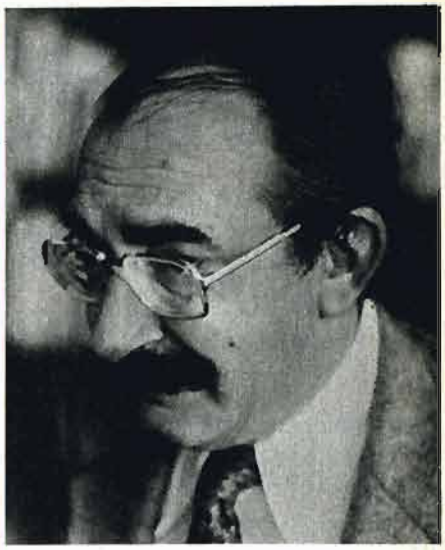
EN EL LIMITE DE LO IMPOSIBLE

El jeque SOLEIMAN I del emirato de ALAIBLATLAKELAMALAAYUNAK heredó el trono de su padre, Kasimir III, a la edad de 14 años.

El mismo día en que fue coronado, se desposó con las 25 mil mujeres más hermosas del reino; pese a que vivió 80 años, siempre repitió en la cama.

Y es que, antes de dormir, solía ingerir un antiácido muy eficaz.

Educación, salud y consumo



Con tantas horas al día que los niños pasan en la escuela, la preocupación de las madres aumenta, sobre todo si se toma en cuenta la serie de riesgos que corre el escolar durante su estancia en el plantel, ya sea por los puestos de antojitos, que muchas veces no reúnen las mínimas condiciones de higiene, como por los accidentes a los que se expone quien corre para llegar puntualmente a clases. A fin de procurar disminuir éstos y otros riesgos, se ha creado la Dirección General de Higiene Escolar, dependiente de la Secretaría de Educación Pública. Lo que sigue, son los tramos más sobresalientes de la entrevista mantenida con su Director General, el doctor Eduardo Césarman.

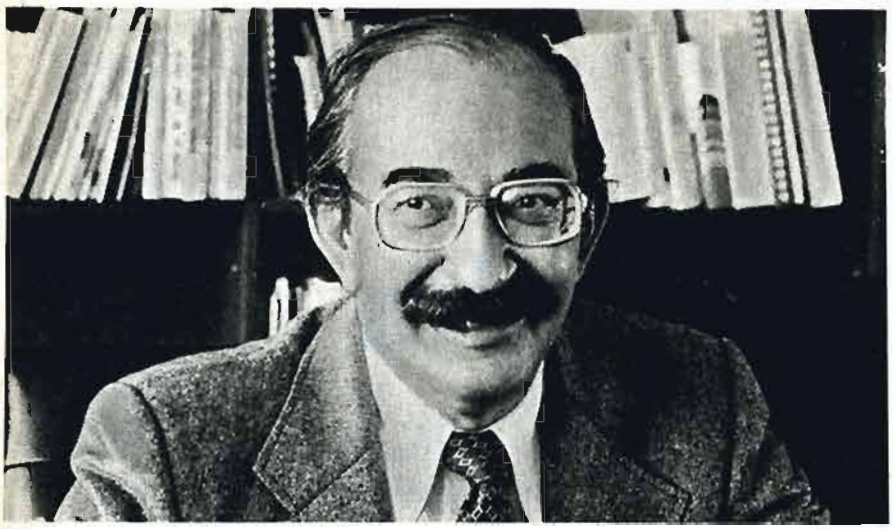
—¿De qué se ocupa la Dirección de Higiene Escolar?

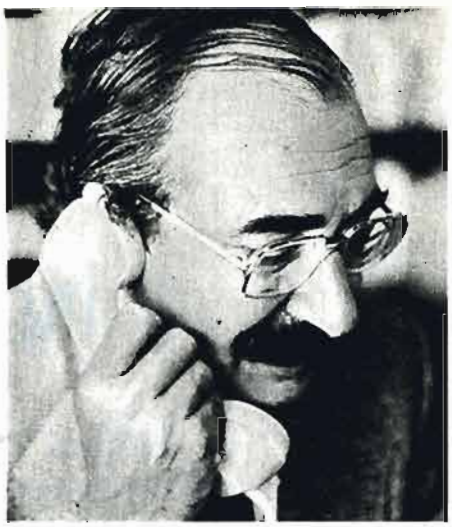
—Tiene a su cargo la investigación con sentido asistencial, y la educación para la higiene escolar dentro del Sector Salud.

—¿Desarrolla programas específicos?

—Sí, se trata de 17 programas y vale la pena mencionarlos a todos: estudios de morbilidad entre los educandos de las diferentes regiones del país; trastornos del crecimiento y desarrollo; problemas de aprendizaje, concretamente debidos a defectos visuales y auditivos; deficiencias de alimentación; mejoramiento del ambiente y saneamiento de las escuelas; inmunizaciones; higiene bucal; accidentes que pueden producirse en la escuela, la calle o el hogar; enfermedades de la piel; trastornos neurológicos y epilepsia; fiebre reumática; infecciones agudas, gastrointestinales o respiratorias; padecimientos crónicos como parasitosis, tuberculosis, paludismo, lepra, sarna, etc; rabia; educación sexual; farmacodependencia; y, por último, estudios para la promoción del juego, la recreación y la lucha contra los problemas del vicio del consumismo.

O sea que investigamos grados de incidencia respecto de estos problemas y planeamos campañas educativas que tienen





Dr. Cesarman: "el consumismo desvía las costumbres alimentarias".

como finalidad la elevación del nivel de higiene, pero no atendemos pacientes en casos concretos.

Para ello actuamos en coordinación con los organismos que integran el Sector Salud, como la Secretaría de Salubridad y Asistencia o el Instituto Mexicano del Seguro Social.

Nuestra función específica es contribuir al correcto planteamiento de los problemas que afectan a la población escolar y colaborar a solucionarlos, al difundir nociones y hábitos de higiene en el educando y en los padres de familia; también llevamos a cabo programas para toda la población a fin de preparar mentalmente a la gente ante ciertas acciones preventivas, como una campaña de vacunación, por ejemplo.

—¿Con qué recursos cuenta la Dirección de Higiene Escolar?

—En el Distrito Federal tenemos 7 Centros, 261 médicos cirujanos, 75 cirujanos dentistas, 177 enfermeras y 21 auxiliares de laboratorio. En los estados contamos con 13 Centros de Higiene Escolar, 16 servicios abiertos, y 54 servicios en planteles específicos como internados, escuelas normales, técnicas agropecuarias, centros regionales de educación fundamental y escuelas técnicas industriales y comerciales; todo esto bajo el cuidado de 159 médicos cirujanos, 43 cirujanos dentistas y 165 enfermeras.

—¿En qué consisten las investigaciones a las que se refería anteriormente?

—Son fundamentalmente epidemiológicas y tienen por objeto identificar los problemas de salud y jerarquizarlos de acuerdo con su importancia, a fin de establecer prioridad de acción en las distintas regiones del país. Para la enseñanza nos valemos del libro de texto gratuito, que deberá actualizarse en lo que se refiere a salud y medio ambiente, ya que consideramos que es el medio fundamental —por no decir el único— para llegar a los estudiantes.

Otros instrumentos para llegar a toda la comunidad serían la televisión y la radio. Sin embargo, el acceso que tenemos a dichos medios es limitado por su costo y tenemos que difundir nuestra tarea por medio de cartelones, de teatro guiñol y de los comités de salud que funcionan en las escuelas.

También impartimos cursos de capacitación a los maestros y llegamos a los estudiantes de Escuela Normal por medio de la materia de Higiene Escolar, incluida en el currículo académico. A los padres de familia nos acercamos a través de pláticas.

—¿Qué hacen al detectar casos concretos de enfermedades?

—Gestionamos su debida atención asistencial y su rehabilitación en alguna de las diversas instituciones del Sector Salud.

Como ya dije antes, trabajamos en coordinación con otros organismos, pues los problemas de salud son tan grandes y tan complejos que sería imposible atacarlos desde un solo lado. Hace falta la cooperación de todas las instituciones que, en una forma u otra, puedan intervenir. De igual manera la comunidad debe tener una participación unánime de sus miembros: los maestros, los educandos, los padres de familia y los ciudadanos en conjunto. Sólo de este modo evitaremos que el problema siga existiendo.

—¿Qué relación existe entre el consumismo y la higiene escolar?

—Es múltiple. El consumismo desvía las costumbres alimentarias, induce a la ingestión de sustancias que por lo general no nutren pero que, en ciertos casos, pueden resultar perjudiciales; también puede desencadenar procesos de farmacodependencia, fenómenos de automedicación siempre nociva y, por último, conspira contra la pureza del ambiente. La entronización consumista del automóvil es una prueba de ello.

Beatriz Reyes Nevares

Nada se salva

El libro "Introducción a la ecología", del ecólogo francés Pascal Acot, contiene polémicas revelaciones: según recientes estudios, todo lo que consumimos —aire, agua, alimentos— está contaminado.

Este libro, que acaba de salir a la venta, aborda en un lenguaje accesible para el lector no especializado el problema de la degradación del medio ambiente y de la calidad de la vida generada por el caótico desarrollo industrial, que ya amenaza las bases mismas de la existencia social.

Aunque el autor, de origen francés, analiza la cuestión con relación a los países de mayor desarrollo industrial, sus reflexiones son válidas para toda la humanidad, ya que el desequilibrio ecológico está cada vez más ligado a la vida cotidiana no sólo de quienes viven en las grandes ciudades, sino también de los habitantes de las zonas rurales.

Algunas de sus afirmaciones son alarmantes: **"El agua que cada uno bebe es el agua cloacal de algún otro. Cada metro cúbico contiene de 50 a 100 gramos de diversas suciedades".** Hechos igualmente preocupantes son citados en relación a la polución del aire: **"Dentro de 100 años, el índice de gas carbónico en Francia no pasará del 15 por ciento; el del óxido de carbono, del 20 por ciento; 300,000 toneladas de plomo estarán en suspensión sobre Europa y 2 millones de toneladas de óxido de azufre sobre Francia. ¡La luminosidad de París disminuirá en un 25 por ciento en los próximos 50 años"!**

El libro contiene infinidad de datos concretos aportados por instituciones y especialistas en la materia. **"En los Estados Unidos, un estudio detallado demuestra que una reducción del 50 por ciento de la polución atmosférica significaría un ahorro anual de 2 mil millones de dólares por la sola disminución de las enfermedades de las vías respiratorias. Una lucha eficaz contra el ruido disminuiría también el número de accidentes de trabajo, de los que un 11 por ciento son imputables al ruido".** Señala más adelante que **"un motor de automóvil produce 290 kg. de monóxido de carbono por cada 1,000 litros de combustible que consume, gas muy tóxico que bloquea la respiración y favorece el infarto. Este gas se acumula particularmente en zonas urbanas de tránsito denso y aire calmo"**, como es el caso de la ciudad de México.

Un capítulo especialmente interesante es el referido a la utilización masiva de insecticidas, en particular el DDT. Recuerda el autor que desde los comienzos de su aplicación, hace 35 años, fue necesario ir aumentando las dosis para asegurar su efectividad. Así **"cuando una vaca, por ejemplo, come la hierba que ha sido tratada con DDT, dialdrina o heptacloro, estas sustancias se acumulan en la grasa y reaparecen en la leche. La fabricación de leche condensada aumenta todavía más la concentración. El hombre, al ingerir la leche, almacena igualmente DDT en su grasa. Cuando adelgaza, este DDT es liberado y sus efectos corresponden a la cantidad total absorbida de una sola vez. Investigaciones efectuadas a raíz de malestares digestivos, aparecidos en gran cantidad de lactantes de Nueva York, demostraron que el 80 por ciento de las madres que criaban sus niños a pecho eliminaban DDT en su leche".**

En cuanto a la contaminación de los alimentos, el problema va más allá de lo imaginable: los envoltorios plásticos con los que "higiénicamente" nos presentan la carne y otros alimentos en los supermercados, contienen sustancias que entran en combinación con los alimentos, descomponiéndolos y haciéndolos sumamente tóxicos. Por ello se recomienda quitarles el envoltorio inmediatamente, antes de colocarlos en el refrigerador. Unicamente los alimentos ya cocidos pueden conservarse por varios días cubiertos con papel de aluminio o material plástico.

Otra de las observaciones que merecen citarse del libro de Pascal Acot, es la referida a la nocividad de los detergentes de uso doméstico, frecuentemente utilizados hoy en los polvos de lavar. Por tratarse de sustancias inorgánicas es imposible su depuración o su eliminación de los cursos de agua, lo cual origina la mortandad de peces y de la flora subacuática, además de ser agua inutilizable para el riego de cultivos. En algunas partes del mundo, las necesidades de agua relativamente pura para usos industriales y domésticos, ya se ha convertido en una condición esencial para el desarrollo de la industria y la sobrevivencia del hombre.

Advierte el autor que **todavía** no puede hablarse de "suicidio de la humanidad", pero sí que la situación ya es grave. Como lo señala el especialista mexicano Iván Restrepo, en el prólogo del libro, **"los fracasos y los desastres en los cuales han zozobrado determinadas sociedades, ofrecen un testimonio elocuente del elevado precio que se paga por la incapacidad de dirigir las relaciones entre el hombre y la naturaleza".**

Cómo comprar carne

¿Será fresca? ¿Este trozo con hueso será más nutritivo? ¿Por qué tiene olor penetrante? Estas y otras dudas que surgen a la hora de comprar carne encuentran su respuesta en el siguiente artículo.

Adquirir alguno de los diferentes tipos de carnes que hay en el mercado, supone la necesidad de saber identificar la calidad y las diversas características de este producto. Consumir carne sin saber distinguir cuándo está fresca o cúando no, representa un riesgo importante para la salud que debemos evitar a toda costa.

Las carnes se pueden clasificar en dos grandes grupos: rojas y blancas. La primera clasificación incluye la de carnero, buey, caballo etc. La segunda la de ternera, cabrito, cerdo, pollo. Cualquiera de estas carnes, por baratas o caras que sean, alimentan en forma semejante.

Lo importante es que estén sin grasa. Si usted es de las personas que piensan que la carne con hueso es más nutritiva, está en un error. El hueso lo único que hace es darle sabor al asado. Lo mismo puede decirse de la grasa, ya que no tiene proteínas, y además, en algunas personas, puede provocar problemas arteriales. Por lo anterior, se recomienda comprar los cortes con menos grasa y menos hueso.

La carne fresca

La característica principal de una carne fresca es el jugo. Mientras más jugo tenga, quiere decir que está más fresca. En cambio la que tiene más de dos o tres días de haber sido cortada, pierde el jugo al secarse. También se debe tomar en cuenta que la carne fresca es compacta, elástica y de olor fresco. Las carnes blandas y con olor penetrante, son las que tienen un mayor tiempo de refrigeración o fueron mal refrigeradas. Una carne fresca es de color rosado o rojo claro, según el animal y el tipo de corte. La carne que ha sido expuesta al aire, a la luz intensa o que se ha deshidratado, tiende a ennegrecerse.

La carne contaminada

La carne contaminada huele mal, generalmente suelta un líquido viscoso y es frecuente que en algunas partes de su superficie se note un color verdoso.

Algunas carnes se encuentran contaminadas de origen (enfermedad del animal). Para evitar el consumir este tipo de carnes, es recomendable que no compre en lugares que no estén debidamente autorizados por la Secretaría de Salubridad y Asistencia. Busque o exija que le

ENCUENTROS CERCANOS CON TRES TIPOS DE CARNE

CARNE DE RES

Chuleta: El color de esta carne debe ser rojo claro. No es muy grande y el largo del hueso no tiene por qué ser exagerado.

Falda: Su textura debe ser fibrosa para que se pueda deshebrar.

Carne para Asar: Debe estar cortada en tiras no muy gruesas y sin grasa.

Aguayón en Trozo: Debe ser de color rojo claro y sin ninguna mancha oscura.

Carne Molida de Primera: Debe tener un color rosado. Si su aspecto es blanco, contiene demasiada grasa. Si es muy oscura, es carne de baja calidad.

Retazo con Hueso: Debe contener 60% de carne y 40% de hueso y no contener demasiada grasa.

Pulpa para Puchero: Contiene 80% de carne y 20% de grasa.

Pulpa en Trozo: Es de color rojo claro y sin ninguna mancha oscura.

Bistec: Es de tamaño chico y aunque no tenga una buena presentación como la espaldilla y el diezmillo, se recomienda por su magnífico sabor y suavidad.

Milanesa: Debe ser delgada, sin nervios y sin exceso de grasa.

Riñones: Unos son de color oscuro y otros claros; su olor no debe ser exageradamente agrio.

Cuete: Es de color rojo claro y sin ninguna mancha oscura.

Panza: Ni es muy blanca ni debe tener olor.

CARNE DE CERDO

Milanesa: Debe ser de color blanco rosado. Cortada en forma delgada, grande y lo más uniforme posible.

Chuleta: Es de color blanco rosado. No muy gruesa y con poca grasa. El hueso no debe ser muy largo.

Pulpa: Su olor debe ser natural. Su color, blanco rosado. No debe tener exceso de grasa.

Espinazo y Costillas: La carne debe ser de color rosado. Si el hueso es oscuro, es señal de que estuvo mucho tiempo en refrigeración.

Moronga: Es sangre de cerdo cocinada con hierbas y especies. Su olor debe ser natural.

Manitas: Generalmente fueron congeladas. Deben estar limpias, sin olor y de un color blanco rosado.

Codillos: Generalmente se congela pero deben estar limpios, sin olor y de un color blanco rosado.

CARNE DE POLLO

Toda carne de pollo (pechugas, piernas, muslos) debe tener un olor suave. Cualquier tendencia a un olor agrio o de humedad, es señal de descomposición.

muestren los permisos y licencias correspondientes. Si no los tienen no se arriesgue. Compre en otro lado.

Cómo descongelar

La descongelación de la carne debe hacerse lentamente y nunca meter, por ejemplo, la carne en agua caliente inmediatamente después de haberla sacado del congelador, ya que esto ocasionaría la pérdida de propiedades, textura y sabor.

Tan pronto como esté descongelada, debe cocinarla al instante. De otra manera se corre el riesgo de que entre en estado de descomposición.

Dentro del refrigerador, la carne fresca se conserva en condiciones óptimas sólo durante tres días. Para lapsos mayores, conviene congelarlas.

Consumo de carne: la salud está en juego

A propósito de carnes...

No sólo interesa la calidad; también los precios. Por eso, ¡atención con las carnicerías! Según una de las transparencias de precios publicadas por el Instituto Nacional del Consumidor, las carnes resultan mucho más caras en las carnicerías que en los supermercados. Compare:

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

INFORMA

Sector comercio

Quién es quién en los precios

CARNES

AL DIA 26 DE JULIO DE 1978, DISTRITO FEDERAL

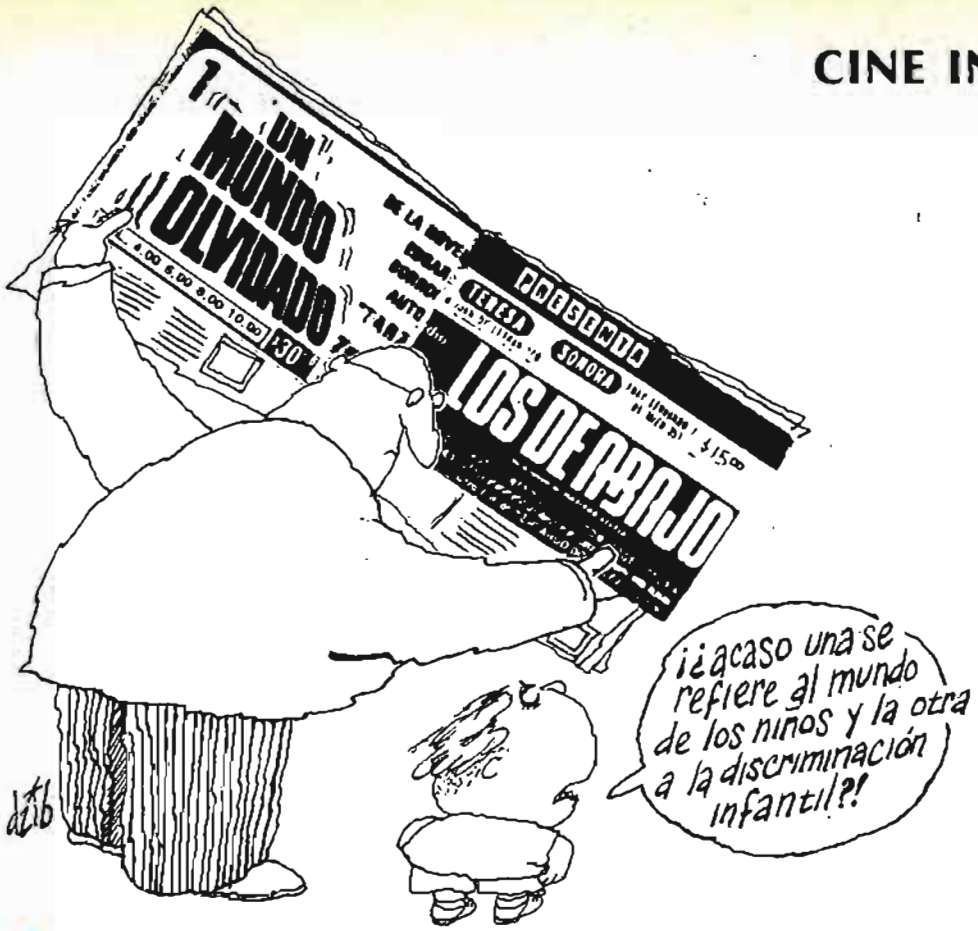
PRECIO POR KILO

	CONASUPO	AURRERA	BLANCO	COMERCIAL MEXICANA	TODO	GIGANTE	SUMESA	MERCADO DE PORTALES	MERCADO RIO BLANCO	Carnicerías La Rosita[1] y La Muñeca[2] Portales	Carnicería de la Colonia Tablas de San Agustín[3]
CARNE DE RES:											
Bistec	57.90	69.90	68.90	67.90	67.90	67.90	67.90	72.00	70.00	70.00	64.00
Retazo c/hueso	25.90	31.90	28.90	23.90*	19.50*	31.90	31.90	36.00	39.00	40.00	28.00
Pulpa p/puchero	41.90	48.90	46.90	29.90*	45.90	48.90	48.90	68.00	70.00	70.00	64.00
Molida de primera	51.90	62.90	—.—	66.90	—.—	63.90	67.90	72.00	70.00	70.00	64.00
Molida con grasa	38.90	42.90	38.90*	29.90*	31.90*	42.90	42.90	68.00	60.00	—.—	—.—
Pulpa fina	57.90	67.90	66.90	67.90	65.90	67.90	69.90	72.00	70.00	70.00	64.00
Falda	57.90	67.90	66.90	67.90	65.90	65.90	67.90	68.00	70.00	—.—	64.00
Cuete	58.90	69.90	66.90	70.90	69.90	67.90	67.90	72.00	70.00	70.00	64.00
Chuleta	57.90	65.90	67.90	56.90*	59.90*	65.90	67.90	70.00	70.00	—.—	64.00
Riñones	23.90	—.—	27.90	26.90	27.90	34.90	26.90	39.00	40.00	40.00	—.—
Hígado	20.90	—.—	27.90	21.90	21.90	29.90	26.90	—.—	40.00	—.—	—.—
Panza limpia	19.80	19.90	23.90	19.90	17.90*	23.90	25.90	42.00	40.00	—.—	—.—
CARNE DE CERDO:											
Pulpa	58.90	49.90*	63.90	62.90	48.90*	62.90	62.90	58.00	64.00	70.00	—.—
Espinazo	26.90	40.90	38.90	35.90	32.90	40.90	—.—	40.00	38.00	40.00	—.—
Chuleta	54.90	62.90	61.90	62.90	61.90	66.90	62.90	64.00	64.00	70.00	—.—
Riñones	19.90	—.—	—.—	—.—	—.—	—.—	—.—	—.—	—.—	—.—	—.—
Hígado	—.—	22.90	—.—	—.—	19.90	—.—	—.—	—.—	—.—	—.—	—.—
POLLO (Fresco)											
Pollo entero	37.80	41.90	37.90	41.90	37.90	39.90	42.90	38.00*	40.00*	36.00*	40.00*
Pechugas	49.90	53.90	51.90	53.90	51.90	47.90*	53.90	80.00	65.00	56.00	66.00
Muslos	48.90	53.90	51.90	53.90	51.90	52.90	53.90	80.00	65.00	56.00	66.00
Piernas	48.90	53.90	51.90	53.90	51.90	52.90	53.90	80.00	65.00	56.00	66.00
Rabadilla con patas	12.50	17.90	19.90	13.90*	11.90*	16.90	16.90	25.00	30.00	20.00	—.—
Menudencias	24.80	35 90	30.00	35.90	24.90	37.90	35.90	—.—	15.00	—.—	—.—
HUEVO POR KILO	16.80	17.90	16.90	17.90	16.90	17.90	17.50	18.00	17.50	18.00	17.00

* *ofertas* ◆ *Con cabeza y tripas*

En estos productos pueden existir diferencias de calidad. A usted, consumidor, le corresponde juzgarlas.

[1] Municipio Libre No. 131 [2] Víctor Hugo y Canarios [3] Oriente 101 y Norte 58



¿Quién piensa en los niños?

De las 172 salas cinematográficas que tiene el Distrito Federal y sus suburbios, menos del 30 por ciento exhibe habitualmente películas "autorizadas para menores". El porcentaje es muy inferior si se trata de encontrar películas especialmente pensadas y realizadas para los niños.

En un sábado por la tarde los niños quieren ir al cine y sus padres acceden. El problema comienza cuando tratan de seleccionar la película que verán...

Revisan la cartelera y se topan con una serie interminable de filmaciones violentas, pornográficas y bélicas que, por supuesto, no están autorizadas para niños.

Por fin, se encuentran unas cuantas películas clasificadas para niños y adultos, pero... ¿son películas realmente pensadas para llegar a un público infantil, o solamente autorizadas por no tener desnudos o escenas que vayan contra la "moral"?

Algunos padres de familia entrevistados a la salida de las salas cinematográficas manifestaron que en México no hay cine para niños: **"Las películas de Capulina son una tomadura de pelo con ese supuesto humorismo blanco".** Otros lamentan que no haya documentales que despierten el interés del niño en temas culturales, sociales o científicos; y, en general, terminan por llevar a sus hijos a ver cintas autorizadas para menores pero con las cuales no están de acuerdo, como "King Kong", "Tiburón", "Orca la ballena asesina", etc., que solamente presentan violencia en exceso.

La excepción a la regla

En los últimos años las películas de Capulina acapararon las producciones cinematográficas dirigidas al público infantil. Sin embargo, hubo un intento —desgraciadamente aislado— de hacer cine pensado auténticamente para niños; fue la película de dibujos animados producida por Carlos Amador, titulada "Los tres Reyes Magos", que tuvo un éxito indudable. Pero aunque la misma productora ya anunció una nueva película basada en un cuento de Christian Andersen, dos películas en tanto tiempo son insuficientes

Una de las pocas salas dedicadas exclusivamente a los niños

para la enorme población infantil que existe en nuestro país.

No se trata de atacar o censurar las cintas autorizadas para niños, sino de dejar en claro que no existe un cine concebido exclusivamente para ellos.

La televisión es otro elemento que poco a poco está aniquilando al cine infantil. ¿Qué ha sido de las **matinée** en las que, palomitas en mano, los niños se introducían en la magia del silencio, la obscuridad y la enorme pantalla; qué ha sido de los sábados por la tarde en que toda la familia salía de casa para ver **Pinocho** o **Alicia en el País de las Maravillas,** y luego merendaba churros con chocolate? Ahora los mismos padres prefieren que los pequeños se queden en casa viendo caricaturas en la pantalla chica, ante el riesgo que implica el buscar una película hecha realmente pensando en los niños.

Es necesario que se le dé más importancia al cine infantil. 1979 ha sido declarado como "El Año Internacional del Niño", y en un país en el que existe un organismo tan importante como el DIF (Desarrollo Integral de la Familia), no puede pasar mucho tiempo para que, en unión con la Universidad Nacional, las escuelas de cine y la Cineteca Nacional, se le dé a los niños la importancia que merecen como espectadores del séptimo arte y se busque un cine apropiado para comunicarse con ellos.

Deberá ser un cine sin engaños y comprensible; que sin caer en lo simplista y elemental, presente los elementos de la realidad que interesan al niño; que aborde los conflictos éticos sin dogmatizar y que promueva los valores culturales del país y del mundo; y que, desde luego, los divierta.

No es fácil, desde luego, pero bien vale la pena hacer el esfuerzo.

Cine por televisión

Para aquellos que optan por quedarse en casa, frente al televisor, en lugar de buscar una película apropiada para niños, el panorama no es mucho mejor.

No es una casualidad que la programación esté repleta de series producidas en los Estados Unidos, principalmente en lo referente a programas para niños.

La manera de hacer animación de los americanos ha creado escuela, al grado de que el apar-

tarse de esos patrones puede parecer aburrido para el espectador.

El lenguaje cinematográfico que usan es muy semejante al de los anuncios por T.V. Hay una ausencia casi total de planos generales (de gran campo visual), abundan los acercamientos y el ritmo es rápido, lo que hace agradable a las imágenes.

Otra característica de los dibujos animados norteamericanos, es el abuso de las palabras. Las caricaturas de Walt Disney, de la Warner o de Hanna-Barbera no dejan de hablar en ningún momento. Incluso cuando la imagen muestra claramente una acción, siempre hay palabras de algún personaje que explica lo que está sucediendo, como si no lo viéramos. Algunos especialistas han comentado que parecen programas hechos para retrasados mentales. Sin embargo, esta redundancia pretende evitar que el mensaje se malentienda.

Japón y los Estados Unidos constituyen una misma opción en cuanto a los contenidos; pero ¿no existen más alternativas?

Uno de los responsables de seleccionar material cinematográfico para la T.V. explica que la tendencia actual es comprar material europeo, pero hay muy poca oferta y no son muy aceptados. Sus contenidos son notablemente diferentes a los de las series norteamericanas; las situaciones de violencia, cuando no se evitan, se presentan en términos explicables (la lucha de la abeja con sus enemigos naturales). Hay un cierto afán educativo y existe un sentimentalismo dulzón que parece inevitable.

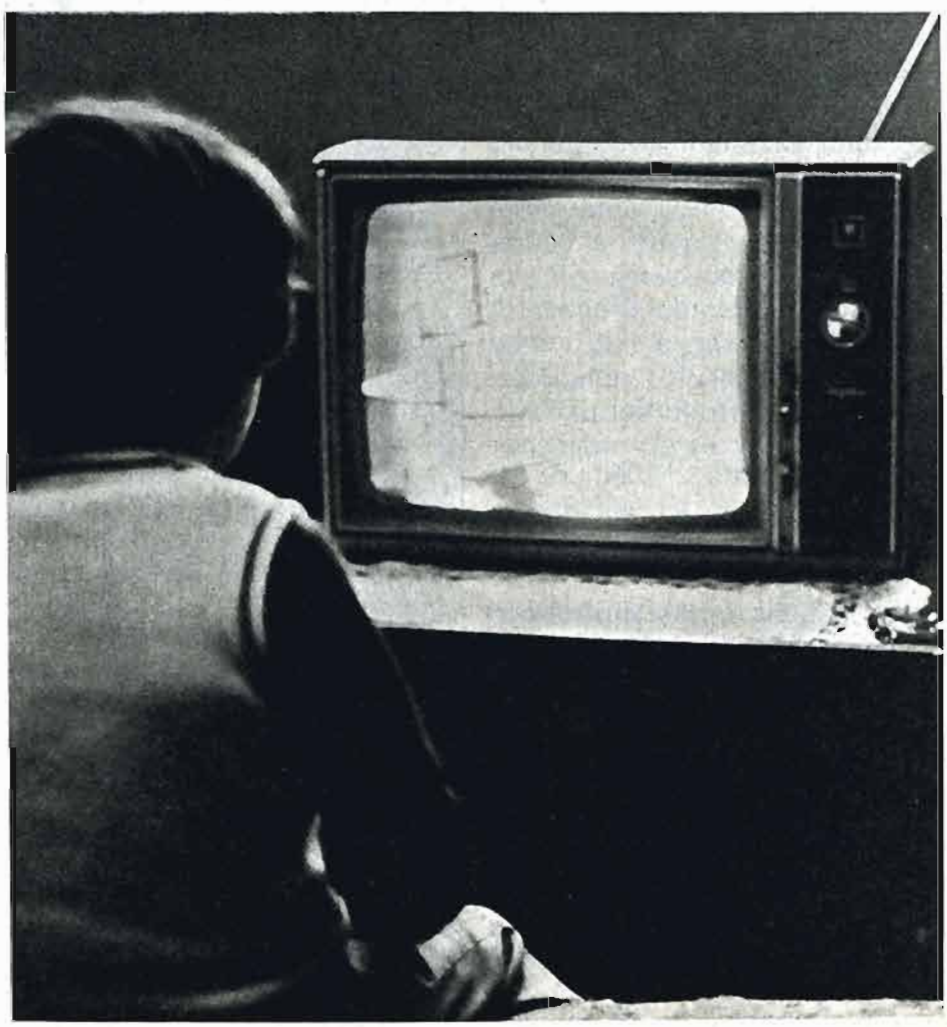
Pero de cualquier forma cabe preguntarse si es que a los niños les gustan las caricaturas norteamericanas porque responden a sus preferencias, o si sus preferencias han sido fabricadas por el aplastante monopolio de las series "made in USA".

"CLASIFICACION A"

Para ejemplificar la verdadera "discriminación" que se comete con los niños en materia de cine, se tomó la semana del 31 de mayo al 7 de junio de 1978. En ese lapso, estuvieron en exhibición 124 películas. De las mismas, sólo 35 contaban con la autorización "para menores".

Pero, ¿qué es, en resumidas cuentas, la famosa "Clasificación A", según la cual una cinta resulta apta para los niños? Ni más ni menos que un código de censura, según el cual se garantiza que no se va a encontrar en la película exhibida ningún desnudo o escena amorosa que afecte a los menores.

¿Y la violencia? Bien, gracias. Porque sucede que muchas de las películas que cuentan con "Clasificación A" incluyen sadismo a granel. Entretanto, de esas mismas 35 películas, sólo 4 podrían considerarse como cine especialmente concebido para el público infantil. El resto, contaba con su "autorización para menores" como resultado de un mero trámite administrativo. Sin embargo, el cine infantil no es un problema de censura. O por lo menos, no debiera serlo...



La televisión: recurso obligado ante la falta de cine

Morelos

Su proximidad con el más grande núcleo urbano del país (el Distrito Federal) ha hecho del Estado de Morelos una de las regiones en las que se ha verificado un mayor dinamismo económico.

Uno de los resultados que se observan como consecuencia del acelerado desarrollo económico del Estado de Morelos, es que su crecimiento demográfico supera incluso al que se registra a nivel nacional. De continuar esta tendencia, se prevé que para 1980 el número de habitantes será de cerca de un millón, o sea, se habrá cuadruplicado la población, tomando como base el último censo. La densidad de población es muy alta: supera en cinco veces a la observada en el resto del país (165,2 habitantes por kilómetro cuadrado). Esto provoca que la tierra disponible sea escasa y dé lugar a un alto índice de subempleo. La actividad más importante, desde el punto de vista de la ocupación, es la agropecuaria. Sin embargo, el acelerado proceso de industrialización, que lo constituye en uno de los principales polos de desarrollo del país, hace de este sector el más importante en cuanto al valor de las mercancías.

Historia

La capital del Estado de Morelos, Cuernavaca, ha sido conocida desde la época colonial como la "ciudad de la eterna primavera", debido a su clima cálido. Se desconocen los nombres de las primeras tribus que habitaron el territorio ahora ocupado por Morelos, pero existen vestigios que permiten suponer que la región estaba poblada desde 1500 años antes de Cristo.

Una de las siete tribus nahuatlacas que salieron de la misteriosa Aztlán en el siglo IX de nuestra era, fue la de los Tlahuicas, que se asentó en el territorio de Tlalnáhuac más allá de Anáhuac, y fundó su capital en Cuauhnáhuac, hoy Cuernavaca. A la llegada de los españoles, en 1519, existían diversos grupos indígenas divididos en dos grandes cacicazgos de origen tributario: el de Cuernavaca y el de Oaxtepec.

Tepoztlán: merece visitarse

Lugares de interés

Cuernavaca: está a sólo 1 hora del D.F. y a 85 Km. por la carretera federal No. 95 México-Cuernavaca; concentra más del 50 por ciento de los establecimientos turísticos del Estado. Miles de personas la visitan cada semana y son numerosos los "chilangos" que han construido allí su residencia. Sin embargo, el hecho de su cercanía a la ciudad de México constituye una desventaja para la actividad turística, ya que gran número de visitantes permanecen en la entidad un día como promedio, lo que reduce sensiblemente la demanda turística e induce a la subutilización y con ello al encarecimiento de las instalaciones.

Uno de los lugares de descanso recomendados por la Dirección General de Turismo Social de la Secretaría de Turismo es el Parque Recreativo Chapultepec, hermoso balneario con amplios jardines, que cuenta con los siguientes servicios: 2 albercas, chapoteaderos, vestidores, restaurante-bar, zoológico, ferrocarril escénico, tren acuático, gruta, teatro, juegos infantiles y mecánicos, lanchas y triciclos.

También son dignos de visitarse: el Palacio de Cortés, construcción iniciada en 1530 y terminada en 1767, que ha tenido diversas restauraciones y en cuyo interior se encuentran notables murales de Diego Rivera; la hoy Catedral, que fue el templo del monasterio franciscano fundado a mediados del siglo XVI, ha sufrido varias transformaciones en sus 400 años de existencia; tiene la sobriedad de las construcciones franciscanas primitivas y sus elementos decorativos indígenas son muy interesantes. Tampoco deben dejar de visitarse los Jardines de Borda, organizados inicialmente al estilo italiano y de un ambiente particularmente agradable.

Oaxtepec: Se encuentra a poco menos de 100 kilómetros de la ciudad de México. Se llega directamente en 1 hora y 40 minutos por la carretera México-Cuernavaca, en su desviación a Cuautla. Cuenta con un centro vacacional organizado por el Instituto Mexicano del Seguro Social para descanso y diversión de todos los sectores sociales y al que asisten semanalmente unas 24,500 personas. El manantial de este balneario es de aguas termo-sulfurosas. Está abierto diariamente de 8 a 18 horas y ofrece los siguientes servicios: 15 albercas, chapoteaderos, vestidores especiales con regadera, lockers, albergue, campamentos, trailer-park, auditorio para convenciones, salas para juntas, una torre parlamentaria, restaurante-bar, merenderos, palapas, supermercado, instalaciones deportivas, estadio olímpico, juegos infantiles, lanchitas, funicular, cine y teatro al aire libre.

Cuernavaca: refugio incontaminado a poca distancia del D.F.

COMO VIAJAR

La intención de **la Revista del Consumidor** al publicar estos artículos someramente descriptivos sobre los diversos estados del país (como ya lo ha hecho con Veracruz y Querétaro), es aproximar al lector a una toma de conciencia sobre nuestra enorme riqueza turística y cultural, que a veces conocen más los extranjeros que nosotros mismos.

También queremos señalar que no es imprescindible poseer carro para desplazarse cómodamente y a bajo costo hasta unos 100 kilómetros alrededor del Distrito Federal. Debe tenerse en cuenta la importancia que tiene para la consolidación del grupo familiar y el beneficio que reporta a la salud física y mental, el alejarse aunque sólo sea por unas horas del ruido y la contaminación a que nos somete el trajín cotidiano de la gran urbe, declarada este año por las Naciones Unidas como la ciudad más grande y más densamente poblada del mundo.

Para los itinerarios que hemos sugerido precedentemente, se pueden abordar los Autobuses Pullman de Morelos, que parten diariamente de la Central Camionera del Sur, Av. Taxqueña 1320, entre las 5:30 y las 23:45 con intervalos de 10 minutos. Precios: Cuernavaca, $ 18.80; Tepoztlán, $ 20.40 Y Oaxtepec, $ 24.80.

Tepoztlán: hasta hace una década, fecha en que se construyera la supercarretera México-Cuernavaca, Tepoztlán estaba en completo aislamiento y, debido a ello, sus habitantes conservaron casi intactas sus leyendas y sus tradiciones. Es notable el modo en que se habla allí el español, sin mayores modificaciones desde el siglo XVI. Situada a 20 Km. al noroeste de Cuernavaca, la región de Tepoztlán ofrece, además de su interés histórico y arqueológico, una gran belleza por su topografía particular. Todas las elevaciones que forman el valle son sumamente quebradas y adquieren formas extrañas. Sobre una de estas eminencias, el Tlahuiltépec, "cerro que alumbra", se halla el famoso templo llamado Tepozteco. Según la leyenda, el templo fue edificado probablemente en 1502 en honor de Ometochtli o Tepoztécatl, Dios del pulque de los Tlahuicas. Está compuesto por tres cuerpos piramidales y mide 20 metros de alto. Dos escalinatas, una al sur y otra al oriente, dan acceso al primer cuerpo; de allí, una tercera escalera conduce al paramento del segundo cuerpo y a la entrada de la capilla, de construcción rectangular sencilla con piedra volcánica porosa, pegada con mezcla. En el interior del santuario hay sillas adosadas a las paredes, imágenes y grecas de adorno. Los días de mercado son los viernes y domingos. Entre sus artesanías se encuentran tejidos de lana y algodón, alfarería, orfebrería y carey.

Podría decirse que el Estado de Morelos, tan cerca del Distrito Federal, y tan distinto, ofrece la posibilidad de escoger el tipo de esparcimiento que esté de acuerdo a las preferencias de cada uno.

El consumidor en el mundo

Funerarias: un lúgubre negocio

Los servicios funerarios, en los Estados Unidos, se han convertido en un negocio de vivales. Con el pretexto de que no hay ataúdes baratos, obligan a los familiares a comprar féretros de lujo.

Pero esto no es lo único; también embalsaman sin autorización de los parientes para poder cobrar más y en muchos casos despojan a los muertos de todos los objetos de valor que tengan, como anillos, dientes de oro, etc.

Para remediar esta situación, la Comisión Federal Norteamericana de Comercio estableció nuevas normas para el funcionamiento de las funerarias. Entre otras cosas, prohíbe embalsamar a los muertos sin autorización escrita de los familiares, así como exigir dinero antes de hacerse cargo del cadáver o alegar habitualmente que no hay ataúdes más baratos.

Obviamente, la Asociación de Empresas Mortuorias protestó, alegando que las nuevas normas atentaban contra la libertad de negocios. La respuesta de la Comisión fue que el libre mercado no debe aplicarse a los servicios funerarios, ya que el estado sicológico en que se encuentran los familiares del difunto, los convierte en fáciles víctimas de abusos.

El sol se toma sin medicinas

Científicos franceses afirman que el ingerir medicinas mientras se toman baños de sol, puede ser muy peligroso.

La razón es que las sustancias incluidas en los medicamentos, ya sea por la boca o por inyección, viajan a través de la sangre hasta la superficie de la piel, la cual se altera al exponerse a los rayos ultravioleta.

Las consecuencias pueden ir desde insolación hasta la aparición de llagas sobre la piel; también puede darse el caso de que aparezcan manchas, picazones y erupciones.

En este sentido, los medicamentos más perjudiciales son las sulfamidas y ciertos antibióticos, así como determinados anticoagulantes y productos antisépticos. El caso de la tetraciclina que utilizan los adolescentes para tratarse el acné, también es peligroso.

Pero en cualquier caso, lo mejor es no ingerir medicinas si no se consulta al médico.

¿Aerosol o bomba?

Una vez más, recientes estudios hechos en los Estados Unidos demuestran que los aerosoles contienen substancias que están destruyendo la capa de ozono del planeta, con graves consecuencias para todos, ya que la falta de esta capa permite el libre paso de los rayos ultravioletas del sol, causantes del cáncer en la piel.

Ya se están cambiando los compuestos de los aerosoles para evitar estos males, pero parece que los resultados han sido contraproducentes, ya que se utiliza un compuesto de gas butano, isobutano o propano, mismos que se utilizan en la elaboración de encendedores, por lo que el aerosol se convierte en una bomba que puede estallar al encontrarse en altas temperaturas.

En los Estados Unidos ya se han presentado casos en los que un aerosol ha estallado por estar cerca del piloto de la estufa o mientras el usuario fumaba a poca distancia.

Los consumidores españoles se agrupan

A fin de intentar frenar un poco la inflación que azota en todas partes, los españoles están popularizando un sistema en el cual no se busque el máximo lucro, sino el mayor beneficio de los consumidores: las cooperativas de consumo.

Las cooperativas procuran ser entidades formadas por consumidores que se agrupan para defender sus propios intereses y conseguir artículos necesarios eliminando la especulación y los intermediarios.

Actualmente, en España hay más de 1,200 cooperativas de consumo que benefician a más de tres millones de consumidores.

La mayoría de estas cooperativas están compuestas por trabajadores con un escaso poder adquisitivo, y procuran cumplir con las siguientes condiciones:

Independencia económica: los recursos deben proceder de los propios asociados. **Carácter formativo:** se proporciona información sobre consumo a los socios. **Vocación societaria:** alejan al consumidor de su condición de masa y lo integran en una comunidad.

¡SUSCRIBASE HOY MISMO!

- La revista del Consumidor le da los mejores consejos para comprar mejor
- Le abre los ojos, le ahorra dinero, le evita problemas y sorpresas desagradables

100 pesos (los 12 números) Y le puede ahorrar...miles

revista del
consumidor

Envíe la cantidad de $ 100.00 M.N. (Cien pesos oo/100) en cheque o giro postal a favor del Instituto Nacional del Consumidor por concepto de suscripción anual (doce números) a Insurgentes Sur No. 1871-3er. piso, Departamento de Difusión, México 20, D.F.

Nombre _____

Dirección _____ Tel: _____

Ciudad _____ Z.P. _____

Recorte este cupón

Dóblese y Péguese aquí

CORRESPONDENCIA
CON DERECHOS POR COBRAR
Solamente en el Servicio Nacional

Primera Clase
Permiso
Postal
No. 3093

El porte será pagado por:

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

CON CARGO ADMINISTRACION No. 20
México 20, D.F.

La correspondencia

"Quejas, denuncias, experiencias personales"

LA REVISTA DEL CONSUMIDOR se reserva el derecho de reescribir y editar, a su manera, toda carta que llegue a la redacción, en el entendido que se respetará la esencia del mensaje.

UNA SUGERENCIA SOBRE ASPIRADORAS

He leído con mucho interés la revista de ustedes y quiero, si en algo les sirve, animarlos a que sigan por esa línea que orienta al pueblo de México sobre aspectos que son vitales.

Pienso, por otra parte, que no hay otro conducto que vuestra revista para saber la verdad de los productos que consumimos, y este derecho del ser humano a la información es algo fundamental, en todos los órdenes.

Aprovecho también para pedirles que dentro de sus investigaciones no olviden un producto que se utiliza en la limpieza de hogares y oficinas: las aspiradoras. Concretamente, tengo un problema con la aspiradora Koblenz; la mía está actualmente descompuesta y no me han podido dar el servicio de reparación que me garantizaron cuando la compré.

De todas formas, lo que me alarma es que he oído comentarios acerca de que se descomponen con mucha frecuencia. Me pregunto: ¿qué marca será la mejor? Y por otro lado, se me ocurre que la próxima vez que tenga que comprar un aparato iré primero a los talleres de reparación, para que me digan cuál es la marca que se descompone con más frecuencia. Lo malo es que esto implicará más tiempo y esfuerzo, con el riesgo de que cuando quiera comprar el producto ya se haya terminado. Les agradezco la atención.

Sra. Raquel de la Rosa
México, D.F.

AL NIÑO

Biológicamente, por mi edad, soy niño. Pero viendo tu rostro, comprendo, que algún día seré como tú, adulto.

Ahora que me ves, corto en años y estatura, crees que lo soy también en inteligencia.

Se te olvida que has sido como yo, que al jugar al trenecito, soñabas ser maquinista, y al dormir a las muñecas, despertaban tus sueños de mamá.

Si hoy eres lo que soñaste, felicidades.

Pero si te faltó algo para serlo, quiero pedirte que no permitas que a mi me falte.

Ayúdame a conocer el mundo de la cultura, ese que me dé otra visión de la vida y del universo.

Entiende que mis juegos son ahora, para mí, lo más importante, comparte conmigo la alegría que me proporcionan. No consientas que los comerciantes del intelecto y la cultura deformen mi mente.

Elévame, como quisieras haber sido tú elevado, a la más alta calidad de ser humano.

SUB COMISION
DE CULTURA
Y RECREACION

A ELLOS
LES INTERESA VENDER

¿Y A USTED?

El interés de los fabricantes

El interés del consumidor

Los fabricantes, en la mayoría de los anuncios publicitarios de pastas dentales, buscan que usted crea que la salud y belleza de sus dientes dependen de la cantidad de dentífrico.

Pero, definitivamente, lo importante es el cepillado.

Y para un buen cepillado, no se necesita tanta pasta